



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

언론정보학석사학위논문

TV 토론은 진정한 ‘토론’인가? 후보자간 관여(engagement) 조건

2014 년 8 월

서울대학교 대학원

언론정보학과

장 슬 기

TV 토론은 진정한 ‘토론’인가? 후보자간 관여(engagement) 조건

지도교수 한 규 섭

이 논문을 장슬기 석사학위논문으로 제출함
2014 년 8 월

서울대학교 대학원
언론정보학과
장 슬 기

장슬기의 석사학위논문을 인준함
2014 년 7 월

위원장	이 준 환	(인)
부위원장	박 주 용	(인)
위원	한 규 섭	(인)

요약

대통령 후보자 TV 토론은 선거 캠페인으로서 그 기능을 충족하고 있을까? 대통령 후보자들을 한 공간과 시간에서 비교해볼 수 있는 유일한 기회를 제공하는 TV 토론은 유권자에게 가장 인기 있는 선거 캠페인 요소로 자리 잡았다. 유권자의 흥미를 끌어오는 데는 성공했지만 그 내용 자체에 있어서 토론의 핵심적인 요소인 쟁점(clash)이 형성돼 유권자가 필요한 정보를 충분히 제공하고 있는지는 의문이다. 본 논문은 이를 확인하기 위해 TV 토론에서 후보자 간 관여(engagement)가 충분히 발생하는지 시맨틱 네트워크와 QAP(quadratic assignment procedure)를 통해 분석했다. 양극화가 심할수록 자신의 기존 지지자를 확보하기 위해 후보자간 관여가 줄어들며, 유권자들이 대립이슈로 생각하는 통일/안보, 정치 분야에 관한 토론에서 더 낮은 수준의 관여가 발생하는 것이 확인됐다. 반면 토론에 참여하는 후보자 수가 적을수록, 한 이슈에 할당된 시간이 많을수록 관여의 수준이 높아진다는 결론이 도출됐다. 또한 자유토론이나 사회자질문 등 토론의 형태는 관여의 수준에 영향력이 없는 것으로 나타났다.

주요어 : TV 토론, 대통령 선거, 관여(engagement), 선거 캠페인, 시맨틱분석, QAP (quadratic assignment procedure)

학 번 : 2012-20141

목 차

문제제기	1
이론적 논의	7
TV 토론과 공론장	7
TV 토론과 이슈오너십(Issue Ownership)	9
대통령 후보자 TV 토론 연구	13
양극화	20
한국의 대통령 TV 토론	23
연구질문 및 가설	25
연구문제 1 : 양극화	27
연구문제 2 : TV 토론의 형식	29
연구문제 3 : TV 토론의 주제	31
연구방법	34
분석 대상	34
연구 방법 개요	36
자료 분석 방법	54
연구결과	57
자료 분석	57
가설검증	76
논의	82
참고문헌	85

표와 그래프, 그림 목차

〈표 1〉 한국 대통령 후보자 TV 토론 시청률	24
〈표 2〉 대통령 후보자 TV 토론 목록 (15 대~18 대)	35
〈표 3〉 대통령 후보자 TV 토론 내용 분석 단위	38
〈표 4〉 대통령 후보자 TV 토론 회차별 토론 형식	48
〈표 5〉 회차별 토론 형식 코딩 기준	50
〈표 6〉 변수 설명	55
〈표 7〉 회차/이슈별 단어 빈도표	61
〈표 8〉 대통령 후보자 TV 토론에서 관여 정도에 미치는 영향 분석	77
〈그래프 1〉 선거별 대통령 후보자 TV 토론에서 관여의 정도	57
〈그래프 2〉 대통령 후보자 TV 토론에서 관여의 정도 - 이슈별	58
〈그래프 3〉 대통령 후보자 TV 토론에서 관여의 정도 - 후보자 조합별	59
〈그래프 4〉 이슈별 단어 사용 유사성	74
〈그래프 5〉 이슈별 단어 사용 유사성 - 후보자 조합별	75
〈그림 1〉 2-mode 네트워크를 통한 관여(engagement) 개념 설명	72
〈그림 2〉 15 대 통일/안보 관련 단어 공출현 2-mode 네트워크	73

제 1 장 문제제기

선거 캠페인(political campaigns)은 민주주의 시스템에서 유권자들의 의사결정을 돕기 위한 핵심적인 요소이다. 유권자들에게 지도자를 선택하는 데 있어 정보를 제공할 뿐만 아니라 지도자를 자유롭게 선택할 수 있도록 해줌으로써 민주주의를 강화하고 선출된 지도자에게 적합성(legitimacy)를 부여하는 역할을 한다 (Trent & Friedenberg, 2008).

이러한 캠페인은 Simon (2002)이 제시한 대화(dialogue)라는 개념을 통해 그 바람직함을 평가할 수 있다. 대화란 두 명 이상의 후보자가 같은 주제에 대해서 이야기할 때 발생한다. 이러한 대화는 토론(debate)에 대한 가능성을 열고 의미있는 커뮤니케이션을 만들어낸다. 캠페인 상에서 후보자 간에 같은 주제에 대한 토론이 발생한다는 것은 유권자들이 민주적인 의사결정을 하는데 있어서 선거 캠페인이 중심적인 역할을 할 수 있게 만드는 것을 의미하기 때문에 (Simon, 2002), 캠페인에서 후보자 사이에 더 많은 대화가 발생하면 유권자에게 더 좋은 캠페인으로 평가받을 수 있다.

그러나 정치학자들이 오래전부터 지적해왔듯이, 후보자들은 선거 캠페인에서 자신이 하고자 하는 이야기에만 집중하는 경향이 있다 (Berelson, Lazarsfeld et al. 1954). Simon (2002) 역시 후보자들은 자신이 이슈오너십(issue ownership)을 확보했다고 믿는 분야에만 자신의 캠페인 자원을 할애하는 전략을 사용한다고 주장한다. 후보자들은 선거에서 중요하게 여겨지는 이슈에서 쟁점(clash)을 형성해 자신의 공약이 상대방의 공약보다 더 우월한지를 증명하기 보다는 화려하게 포장된 메시지만을 일방적으로 전달하는

것이다. 따라서 선거 캠페인에서는 유권자들이 활용하기 쉬운 정보가 충분히 만들어지지 않고, 끝없이 평행선을 달리는 둘 이상의 메시지만 존재하게 된다.

이와 같이 자신에게 유리한 주제(self-serving theme)에만 집중하고 건설적인 관여(constructive engagement)를 하지 않는 캠페인의 경향성은 정치적 제도로서의 캠페인의 기능을 해치기 때문에 지양돼야 할 필요가 있다 (Simon, 2002). 유권자들에게 두 후보를 비교할만한 기회를 마련해주는 것이 캠페인의 기능인데, 이를 제대로 달성하지 못하고 진짜 의미(real meaning)가 없이 일방적인 메시지만 올려퍼진다는 점에서 문제가 발생하는 것이다 (Simon, 2002). 현대 사회에 들어서 정보를 처리할 시간이 부족한 대중은 정치적 정보를 얻기 위해 캠페인에 의존하기 때문에 (Mutz, 1992), 이런 현상은 더욱더 경계할 필요가 있다.

특히 후보자들에게 토론(debate)이라는 공식적인 장이 마련되면, 두 후보자를 비교해야하는 캠페인의 중요성은 더 무겁게 변한다. 토론은 캠페인 기간 동안 후보자들을 동시에 한군데 몰아 놓고 직접 얼굴을 맞대고 대결(confrontation)하게 하는 유일한 장으로서, 후보자들은 상대방과 직접적으로 대응(response)할 수 있는 기회를 갖고 여기서 나온 쟁점(clash)은 유권자들의 이익을 증진시킬 수 있기 때문이다 (Benoit, 2010). 후보자들은 토론의 상황에서 자신이 이미 설정한 프레임에 갇혀있는 메시지 전달에 집중하기 보다는 상호간의 관여를 통해 상대방을 설득시키고, 나아가 유권자를 설득하기 위해, 또 유권자가 필요한 정보를 충분히 전달해야할 의무가 있다. 이를 좀 더 캠페인의 맥락에 맞게 해석한다면, 선거 후보자간 토론은 단순히 자신의 입장을 반복하여 밝히는 것에 의미가 있는 것이 아니라 제기된 이슈에 대한 주장-반박-재반박 등의 반복 통해 유권자들의 합리적인 결론내리기 과정을 도와야 한다는데 그 의미가 있는 것이다.

만약 대화나 접점이 형성되지 않는 토론이 계속된다면 현대 정치 캠페인에서 토론이라고 불리는 이벤트는 단지 잘 짜여진 프레스 컨퍼런스(press conference)와 다를없다(Lanoue & Schrott, 1991; Simon, 2002). 그런데 이슈오너십을 유지하려는 후보자와 대화 혹은 이슈간의 충돌(clashes)을 필요로 하는 토론 사이에는 필연적으로 긴장이 발생할 수밖에 없다. 이슈오너십을 유지하기 위해 자신의 입장만을 이야기하기를 고집하는 후보자의 태도 혹은 전략이 나타나게 되면, 토론에서 서로 대화하려는 태도는 자연스럽게 결여되기 때문이다. TV 토론은 선거 쟁점으로 떠오른 많은 문제들 중 가장 중요하게 다뤄야할 이슈들이 토론됨으로써, 유권자가 주요한 쟁점을 중심으로 후보자들을 차별화 할 수 있도록 (Katz & Feldman, 1962) 하는데 그 의미가 있다는 점에서 이슈오너십의 문제는 아쉬움을 남긴다.

그런데 유권자의 숙의와 담론을 유도하는 장치로 자유민주주의 국가에서 시행되고 있는 TV 토론은 숙의적 레토릭(deliberative rhetoric)이라고 할 수 있다(이준웅, 2011). 이는 좋고 나쁨을 따져 미래의 집합적 행위를 결정하는 정치적인 방식이다. 이런 숙의적 레토릭에서는 상반된 두 주장이 동시에 채택될 수 없다. 즉, 한 주장이 하나의 주장을 꺾고 채택되는데 이를 판단하는 것은 관중, 즉 시민이 된다. 현대적 맥락의 TV 토론에 숙의적 레토릭을 대입했을 때, 이 맥락에서 가장 중요한 것은 결국은 후보를 선택하는 유권자가 된다. 따라서 숙의적 레토릭을 통해 권력을 획득하려는 자(후보자)는 반드시 유권자의 심판에 도움이 될 만한 정보를 제공할 의무가 있다.

하지만 토론에 대한 연구는 일관되게 토론이 이런 역할을 제대로 하지 못하고 있다고 지적한다. 브노와(Benoit)의 기능이론에서 제시하는 기준인 공격(attack), 방어(defending), 주장(acclaiming)으로 토론 내용을 분석했을 때, 대부분 토론에 주장만 있을 뿐 공격과 방어는 부족하다는 결론을

내렸다(Lang, 1987; Bitzer & Reuter, 1962; 송종길, 2004; 김관규 & 박연진, 2007). 후보자들은 자신의 이야기만 반복하고 다른 후보자가 언급한 내용에 대한 관여(방어)나 다른 후보자에 대한 관여(공격)은 결여돼 있다는 것이다. 또한 토론에 네트워크 분석틀을 적용한 Doerfel & Marsh (2003)은 단어사용에 따른 MDS(multi dimensional scaling) 분석을 통해 1992 년 대선 토론에서 세 후보자들은 각자 자신이 이슈오너십을 가졌다고 생각하는 분야에만 집중하는 경향을 발견했다. 네트워크 분석을 통해 17 대 대선 토론에서 북한이슈를 분석한 박성희(2009) 역시 후보자 간의 단어사용 패턴을 분석한 결과 공격과 방어가 이루어지는 개념적인 공간인 접점을 형성하는 데 실패했다고 주장했다.

후보자간 토론이 그 원래 의미를 달성하지 못하고는 있지만, 1960 년부터 토론을 도입했던 미국에서는 후보자간 TV 토론은 그 어떤 다른 유형의 캠페인 보다 더 많은 사람들을 끌어모으고 있으며 (Carlin, 1991), 토론이 캠페인에서 중요한 역할을 한다는데에는 이견이 없다 (The Racine Group, 2002). 즉, TV 토론이 매우 ‘인기있는’ 캠페인의 한 단면에서 그치는 것이 아니라 유권자들에게 영향을 주기 때문에 연구자들의 관심을 끌어왔다. 지금까지의 연구에서 TV 토론은 유권자들의 이슈에 대한 지식(issue knowledge)이나, 이슈의 현저성(issue salience), 이슈에 대한 선호(issue preference), 의제 설정(agenda-setting), 후보자 성격(candidate character)에 대한 평가는 물론 심지어 최종 투표 선호(vote preference)에 상당한 영향력이 있는 것으로 나타났다 (Benoit, Hansen & Verser, 2003). 이렇게 TV 토론이 대중에게 다양한 방식으로 영향을 미치고 있기 때문에 TV 토론이 접점을 형성하는 등 제 역할을 문제없이 수행하고 있는지 검증하는 것은 매우 중요하다.

한국의 상황은 어떨까? 가장 최근에 치러진 18 대 대선에서 유권자들의 가장 큰 관심을 끌었던 것 중 하나는 후보자간 TV 토론이었다. 전국 시청률이

1 차 토론 34.9%, 2 차토론 22.7%, 3 차토론 22.4% (AGB 닐슨미디어)를 기록하는 등, 인기 드라마의 마지막회 만큼이나 큰 관심을 끌어들였다. 중앙선관위의 자체 사후 평가에 따르면, 18 대 대선 토론에 얼마나 관심을 갖고 있느냐는 질문에 응답자의 91.8%가 관심이 있다고 답했다. 토론 당일뿐만 아니라 그 이후에도 유권자들 사이에서는 토론을 이용한 패러디물 등이 인터넷과 소셜미디어를 뒤덮을 정도로 회자되었다. 이런 현상이 증명하듯이 한국에서도 TV 토론은 인기있는 캠페인 매체이다.

Wald & Lupfer (1978)은 TV 토론의 인기에도 불구하고 TV 토론의 효과가 크게 나타나지 않는 것은 토론 자체의 내용이 대중에게 눈이 번쩍 뜨일만한 내용이나 능력을 보여주지 못했기 때문이라고 주장했다. 즉 토론의 효과를 둘러싼 논란은 토론 그 자체의 문제이기도 한 것이다. 따라서 토론의 효과뿐만 아니라 그 자체에 집중할 필요가 있다. 그렇다면 상당한 수의 유권자가 관심을 가지고 시청하는 TV 토론이 과연 얼마나 그 본연의 기능, 즉 대화의 기능을 달성하고 있을까?

이번 논문에서는 송종길 (2004)과 박성희 (2009)가 지적했듯이 한국 대선 TV 토론에 공격과 방어는 물론 접점이 부족하다는 사실을 좀 더 면밀하게 살펴보려고 한다. 위에서 살펴보았듯이 토론에서 중요한 요소인 접점을 형성하기 위해서는 토론에 참여하는 후보자들 간에 같은 어휘를 사용하고, 그 어휘에 대한 정의가 공유되어 있는가의 여부가 매우 중요하다(박성희, 2009). 후보자간에 같은 어휘를 사용한다는 것은 상대방의 주장 혹은 공격에 반응을 한다는 것이고 그 지점에서 접점이 형성돼 유권자들에게 그 접점에서 알고 있어야할 정보를 제공할 수 있다는 점에서 의미가 있다. 본 논문에서는 후보자의 어휘사용을 통해 토론 그 자체가 얼마나 내실 있게 진행됐는지는 물론, 유권자의 양극화, 형식 등이 토론의 질에 어떤 영향을 미치는지 알아보려고 한다. 이를 위해

관여(engagement)라는 개념을 도입하여, 시맨틱 네트워크 분석을 통해 이를 검증해 보려고 한다.

제 2 장 이론적 논의

제 1 절 TV 토론과 공론장

Habermas (1962)는 사회 구성원들이 의사소통할 때 본능적으로 (민주주의적인) 이상에 기여한다고 말했다. 이는 이준웅 (2011)이 레토릭과 투표가 결합해 민주주의를 만들어냈고 이는 자신의 미래 운명을 결정해야 할 필요를 갖는 대중이 소수의 현명한 자의 의견을 듣고 최종 결정을 스스로 내리는 과정을 제도화한 것이라는 말과 그 궤를 같이한다. ‘의사소통 민주주의’를 주장하는 이준웅 (2011)에 따르면, ‘말’은 권력의 구성과 정당화에 이용된다. 말을 하는 방법 혹은 기교인 레토릭이 고대 아테네 민주주의를 구성하는 가장 핵심적인 요소였고, 이를 통해 직접 민주주의는 물론 간접 민주주의가 가능해졌음에 약간의 동의라도 하지 않을 자는 없을 것이다.

결국 ‘말’을 한다는 것은 민주주의의 토대를 구성하는 것과 다르지 않다. 이를 적용해보면, ‘말’이라는 기본적인 도구에 미디어와 제도가 더해진 것이 TV 토론의 형태가 되는 것이다. 그렇기 때문에 TV 토론은 유권자들의 숙의(deliberation)와 담론(discourse)을 유도하는 장치로 자유민주주의를 주창하는 각국에서 사용되어 왔다 (박성희, 2009). 즉, TV 토론의 공간은 Habermas 가 주장하는 공론장(public sphere) 중 하나의 형태가 되어, 즉각적인 커뮤니케이션을 해야 하는 동시상황을 후보자들에게 제공해 더 명확한 발언을 이끌어 내는 등 민주주의적 이상에 기여하고 있다 (Kelly, 1962).

공론장의 한 형태로서의 대통령 후보자 TV 토론은 후보자와 유권자 모두에게 매우 중요한 기회가 되어왔다. 후보자에게는 자신의 말로 이슈에 대한

입장을 언론의 개입없이 직접적으로 자신의 언어로 전달할 수 있기 때문에 오보 등의 가능성을 줄일 수 있고 (Doerfel & Marsh, 2003), 유권자에게는 후보자가 토론을 이끌어나가거나 당황하는 모습을 보며 이미지까지 여실히 확인할 수 있는 사적인 공간을 마련해주기 때문이다. 또한 토론 자체가 현재 우리가 당면한 이슈에 대한 여러 후보자의 입장을 동시에 명확하게 드러나도록 의도된 형태의 장이기 때문에, 유권자들은 합리적인 의사결정을 하는데 도움을 받을 수 있게 된다 (Lemert, 1993). 특히 TV 토론을 통해 보여지는 후보들간의 정책 대결은 더 많은 정보를 갖고 있는 유권자(informed voters)를 만들어 낼 수 있을 뿐만 아니라 민주주의 그 자체와 선거에 대한 관심을 증진시킨다는 점에서 민주주의 자체에도 매우 중요한 역할을 한다 (Trent & Friedenberg 2008). 뒤에서도 더 논하겠지만 특히 토론은 유권자들의 선택이 더 많은 지식에 기반하고 확신에 차도록 만들어 주는 역할을 하고 (Benoit, McKinney & Holbert, 2001; Holbert, Benoit & McKinney, 2002), 이슈에 대한 지식 수준을 높여주는 등 (Zhu, Milavsky & Biswas, 1994), 민주주의에서 바람직한 시민의 덕성으로 여기는 것들에 기여한다.

TV 토론은 유권자의 숙의와 담론을 유도하는 장치로 자유민주주의를 주창하는 많은 나라에서 사용되어 왔다. 이준웅 (2011)은 특히 TV 토론에서 나타나는 정치적인 레토릭을 숙의적 레토릭(deliberative rhetoric)이라고 부르는데, 이는 좋고 나쁨을 따져 미래의 집합적 행위를 결정하는 정치적인 방식이다. 이런 숙의적 레토릭에서는 상반된 두 주장이 동시에 채택될 수 없다. 즉, 한 주장이 하나의 주장을 꺾고 채택되는데 이를 판단하는 것은 관중, 즉 시민이 된다. 현대적 맥락의 TV 토론에 숙의적 레토릭을 도입했을 때, 이 맥락에서 가장 중요한 것은 결국은 후보를 선택하는 유권자가 된다. 따라서

숙의적 레토릭을 통해 권력을 획득하려는 자(후보자)는 반드시 유권자의 심판에 도움이 될만한 정보를 제공할 의무가 있다.

이를 통해 볼때, 민주주의적 역할을 수행하는 토론은 결국에는 점점을 형성하는 것이 중요하다는 것을 파악할 수 있다. 즉, TV 토론에 참여하는 후보자들은 본인들의 입장을 명확히 밝히기 위해서 각자의 입장을 반복하는 데 그쳐서는 안되고 상대방을 공격하고 또 상대방의 공격에 대한 방어를 지속해야 하고, 이를 통해 유권자들에게 충분한 정보를 제공하고 합리적인 의사결정에 이르도록 도와야 한다 (Freeley & Steinberg, 2013). 그런데 이러한 점점을 형성하기 위해서는 토론에 참여하는 후보자들 간에 같은 어휘를 사용하고, 그 어휘에 대한 정의가 공유되어 있는가의 여부가 매우 중요하다 (박성희, 2009). 후보자간에 같은 어휘를 사용한다는 것은 상대방의 주장 혹은 공격에 반응을 한다는 것이고 그 지점에서 점점이 형성돼 유권자들에게 그 점점에서 알고 있어야할 정보를 제공할 수 있다는 점에서 의미가 있다.

제 2 절 TV 토론과 이슈오너십(Issue Ownership)

유권자들이 편안하게 선거와 정책에 대한 지식을 습득할 수 있도록 도와야 하는 것이 정치캠페인을 비롯한 TV 토론의 역할임에도 불구하고, 토론을 포함한 정치 캠페인에서는 이를 방해하는 이슈오너십(issue ownership) 현상이 두드러지게 나타난다. 이슈오너십은 정치 캠페인을 이해하는데 있어서 매우 필수적인 요소이다. 어떤 후보가 그의 경쟁자보다 A 라는 문제를 더 잘 해결할 수 있는 능력을 가졌다고 대중이 믿는다면 그 후보는 A 라는 문제에

이슈오너십이 있다고 말할 수 있다. 미국에서는 전통적으로 공화당(Republican)은 안보에, 민주당(Democrat)은 사회적 이슈에 이슈오너십이 있다고 믿어져왔다. 만약 안보 문제가 대중 사이에서 가장 중요한 이슈가 되면 사람들은 안보문제를 더 잘 해결할 수 있는 후보를 선택할 것이기 때문에, 후보자들은 자신이 이슈오너십을 가진 문제를 더 심각하고 다급한 문제인 것처럼 만들기 위한 캠페인을 진행하는 것이 합리적인 전략 선택이라고 할 수 있다 (Petroick, 1996; Simon, 2002). 이는 TV 토론의 상황에서도 크게 다르지 않을 것이다.

따라서 선거 캠페인은 후보자들이 자신이 어떤 분야를 다루는데 더 경쟁력이 있다고 생각하는 이슈의 현저성(salience)을 높이기 위한 작업이라고 할 수 있다 (Petroick, 1996). 즉, 이슈오너십 이론에 따르면 후보자는 자신이 이슈오너십을 가진 사회적 문제가 그 선거가 진행되는 시점에서 가장 중요한 문제로 만드는 전략을 취하는 것이 가장 합리적인 전략이 되기 때문이다. 실제로 1952 년에서 1982 년에 걸쳐 뉴욕타임즈가 후보자가 생성한(candidate-generated) 이야기를 내용 분석했을 때, 선거마다 특수성을 가졌음에도 불구하고 (중요한 이슈는 선거마다 달라질 수 있음에도 불구하고) 이슈오너십을 가진 이슈를 더 강조하는 경향이 있음을 발견할 수 있다 (Petroick, 1996).

이슈오너십이라는 개념이 만들어지기 훨씬 이전부터 이런 경향성은 지적되어 왔다. Berelson 과 그의 동료들은 <Voting>에서 Dewey 와 Truman 의 캠페인 사례를 분석하며, 많은 주제에 있어서 이슈를 결합하거나 마음이 만나는 사례가 극히 드물었고 이러한 현상은 후보자 각자의 프로파간다에 있어서 가장 전략적이고 효과적인 주제를 강조했기 때문이라고 결론 내렸다. Ritter & Hellweg (1986) 은 현직 대통령이 공격과 방어보다 주장하는 토론 방식을 자주

쓴다면, 그것은 상대 후보자와의 직접적인 상호간의 다툼(mutual argument)을 피하기 위한 전략이라고 직접적으로 언급한 바도 있다.

그렇지만 사실 이슈오너십이 가진 한계에 역시 분명하다. 이슈오너십을 항상 유지하는 것이 선거에서 승리하는 방법은 아니다. 특히 미국의 경우, 세금이나 안보와 같은 더 연방정부적인 이슈(federal issue)는 모두 공화당이 이슈오너십을 갖고 있기 때문에 민주당이 이슈오너십을 갖지 않고 있더라도 이러한 이슈에 대해서는 언급을 해야만할 필요가 있고 실제로 그러해왔다 (Petorick, Benoit & Hansen, 2003). 오히려 한 이슈가 너무 지배적인 이슈가 되버리게 되면, 이슈오너십의 영향력은 작아지기도 한다 (Ansolabehere & Iyengar, 1994). 반면 상대방의 이슈오너십을 오히려 빼앗아 오는 것이 전략이 될 수도 있다. 1988 년 대선에서의 Dukakis 와 1990 년 캘리포니아 주지사 선거에서 Feinstein 의 실패와 반대되는 사례로 Clinton 이 1996 년 재선될 수 있던 이유를 그가 공화당이 이슈오너십을 가진 범죄와 사형제 문제에 깊게 관여했기 때문이라고 분석하기도 한다 (Hoilan, 2004).

캠페인에서 이슈오너십에 대한 효과를 논의한 Simon (2002)은 Habermas 의 공론장을 언급하며, 캠페인이 공적인 숙의(public deliberation)의 장이라고 정의했다. 캠페인이 진정 시민사회와 정부를 이어주는 제도화된 장이라고 한다면 캠페인이 건강하게 운영되는 것은 매우 중요한 일이며, 캠페인이 건강하게 운영되는지 평가하는 기준이 필요하다는 맥락에서 그는 그의 저서 <The winning message>에서 ‘대화(dialogue)’라는 개념을 도입해 이슈오너십이 지나치게 지배하는 정치 캠페인 상황을 규범적으로 평가하는 기준을 마련했다. 캠페인 상황에서 대화하기 위해서는, 한 후보자는 상대방의 주장에 대해 반드시 반응(respond)하는 것을 의미한다. 그에 따르면 후보자간에 ‘대화’가 발생하면, 후보자들이 이슈에 대해서 어떤 입장을 취했는지 더 잘

파악될 수 있으며, 더 논리적으로 합당해지며(reasoning), 심지어 반대 입장에 있었던 사람들에게도 폭 넓게 어필할 수 있게 된다. 또한 그는 이슈오너십을 유지하려는 태도는 정치적 제도로서의 캠페인의 기능을 손상하는 것이라고 보았다.

그러나 이런 논의에 따르면 현대 정치 캠페인에서 토론이라고 불리는 이벤트는 단지 잘 짜여진 프레스 컨퍼런스(press conference)와 다름없다 (Lanoue & Schrott, 1991; Simon, 2002). 즉, 건강한 캠페인을 가르는 요소인 ‘대화’가 부족하거나 심지어는 결여돼 있다는 것이다. 이슈오너십을 유지하려는 후보자와 대화 혹은 이슈간의 충돌(clashes)을 필요로 하는 토론 사이에는 필연적으로 긴장이 발생할 수 밖에 없다. 이슈오너십을 유지하기 위해 자신의 입장만을 이야기 하기를 고집하는 후보자의 태도 혹은 전략이 나타나게 되면, 토론에서 서로 대화하려는 태도는 자연스럽게 결여되게 된다. 특히 이런 태도는 현직 대통령인 경우에 (Hart & Daughton, 1997), 후보자 자신이 잘 다루고 있다고 생각하는 분야나 후보자가 전문가로 여겨지는 분야 (Doefel & Marsh, 2003)에서 더 두드러지게 나타난다. 그러나 TV 토론은 선거 쟁점으로 떠오른 많은 문제들 중 가장 중요하게 다뤄야할 문제점들이 토론됨으로써, 유권자가 주요한 이슈들을 중심으로 후보자들을 차별화 할 수 있도록 (Katz & Feldman, 1962) 하는데 그 의미가 있다는 점에서 이슈오너십의 문제는 아쉬움을 남긴다.

제 3 절 대통령 후보자 TV 토론 연구

텔레비전의 보급과 함께 TV 토론이 도입되고, TV 토론의 오락성 등으로 인해 선거에서 차지하는 비중이 커지자 TV 토론이 유권자에게 미치는 영향을 연구하는 논문이 많이 나타났다. 언론이나 학계에서는 토론에 대해서 어느 정도의 회의(cynicism)를 보이고 있는 것이 사실이지만, 실제로 TV 토론의 타겟인 토론 시청자들은 토론이 매우 유용하고 선거 캠페인에서 중요한 역할을 하고 있다는 사실을 부정하지 않는다 (The Racine Group, 2002). 유권자들 역시 정치광고나 여론조사 결과보다 토론의 결과에 더 잘 설득되고 (Jamieson & Birdsell, 1988), 유권자들은 토론을 후보자들에 대해서 배울 수 있는 장으로 인식한다 (Lemert, 1991)는 점에서 TV 토론의 정치적 역할이 존재하고 있음을 부정할 수는 없다. 다만 어떠한 분야에서 효과를 나타내고 있는가에 대해서는 아직 다양한 연구가 진행중이다.

지식수준에 대한 영향

TV 토론의 정확함 학습효과의 크기 등 대해서는 아직도 많은 디베이트가 있지만, TV 토론이 유권자들에게 정책, 후보자, 캠페인과 관련된 정보에 대한 학습에 도움을 준다는 점에 대해서는 대부분의 학자들이 동의하고 있다 (Lemert, 1993). TV 토론에서 다뤄지지 않은 이슈에 대한 지식 수준에는 변화가 없지만, 토론에서 다뤄진 이슈에 대해서는 유권자의 지식 수준에는 변화가 있다는 연구결과도 이러한 합의를 뒷받침하고 있다 (Zhu, Milavsky & Biswas, 1994). 이처럼 대체적으로 많은 연구들이 TV 토론이 유권자의 이슈에

대한 지식 수준을 높여준다는 데에 대해서는 유사한 결과를 내놓고 있다. 또한 토론을 시청한 사람들은 이에 대해 더 많이 이야기하고(interpersonal discussion), 이런 효과는 토론을 직접 시청했을 때보다 토론에 관련한 뉴스 커버리지를 보았을 때 더 강력하게 나타난다 (Tsfati, 2003).

정치적 태도에 대한 영향

그렇다면 TV 토론은 정치적 태도나 정책에 대한 태도에는 어떤 영향을 미칠까? 이 부분에 대해서는 매우 상이한 결과들이 존재한다. Jamieson & Birdsell (1988)는 토론이 정당일체감(party identification)을 바꾸지 않는다고 결론을 내렸다. 중간적 입장에 서 있는 Katz & Feldman (1962)은 토론의 효과를 연구한 그들의 연구에서, 유권자들의 정치적 태도를 바꿀수는 없었지만, 기존의 태도를 강화(reinforcement)하는 역할을 한다고 결론내렸다. 이 주제를 연구한 대부분의 논문들이, 이미 존재하는 편견(preexisting biases)을 더 강화했다는 결론을 내린다. 그러나 토론이 정치적인 입장을 바꿀수는 없다고 하더라도, 유권자들의 선택을 도울 수 있다. 정치적 입장을 바꿀 순 없다고 하더라도 유권자들은 토론을 시청한 사람들은 자신의 선택에 더 자신을 느끼고 (Benoit, McKinney & Holbert, 2001), 그들의 선택을 바꾸진 않지만 더 많은 정보에 기반한 선택을 할 수 있게 된다 (Holbert, Benoit, & McKinney, 2002).

기존의 연구자들은 정치적 입장을 완전히 바꾸는 데는 효과가 없더라도 같은 정치적 스펙트럼 안에서 TV 토론은 강화를 통해 강력한 효과를 나타낸다. 경선 토론의 경우에는 민주당과 공화당 사이의 토론에서 발생하는 효과보다 더 큰 효과를 확인할 수 있었는데, 1988 년 Dallas 의 민주당 경선토론을 통해 유사 실험(qusai-experiment)에서, 토론을 본 집단이 그렇지 않은 집단보다 후보자에

대한 감정온도에 큰 변화를 보였다. Albert Gore 의 경우 토론을 본 집단이 설문한 감정온도 평균이 토론을 보기 전보다 26 점 이상 증가해 가장 인기있는 후보자가 되었다 (Lanoue & Schrott, 1989). Lanoue & Schrott (1989)는 상대적으로 덜 알려진 후보자들을 옆에 놓고 비교할 수 있는 기회를 만들어 줄 뿐만 아니라, 일반 대선 토론에서 작용하는 정당일체감(partisanship)이 작용하지 않고, 선거기간 중 거의 처음으로 후보자들의 실질적인 주장을 들어보는 시간이기도 하기 때문이라고 경선 토론에서의 놀랄만한 효과를 설명했다.

일반 유권자 중에서도 정당일체감을 가지고 있는 유권자보다 그렇지 않은 중간층 유권자(median voters)의 경우에는 TV 토론에 더 큰 영향을 받는다 (Davis, 1979; Geer, 1988; Kelly, 1983; Pfau, 1988). 이들은 뚜렷한 정치적 선호가 없기 때문에 어떤 이슈가 중요하다고 생각되는지에 따르는 영향을 받을 가능성이 크기 때문에 (Petroick, 1996), 토론에 어떤 이슈들이 언급됐고 후보자들이 어떤 이야기를 했는지가 더욱 중요하기 때문이다. 이는 Iyengar & Kinder (1987)가 정치적 성향이 뚜렷하지 않은 유권자층은 후보자의 프라이밍(priming)과 프레이밍(framing) 노력에 매우 취약(susceptible)하다고 밝힌 것과 일맥상통하는데, 1988 년 Bush 와 Dukakis 의 대선 토론의 효과를 분석한 Lanoue (1991)가 유권자들은 토론 그 자체보다 토론 후 미디어가 그것을 어떻게 해석하는지에 더 많은 영향을 받는다고 주장한 것이 이를 뒷받침하고 있다.

현대 정치에서 정당 일체감(party identity)이 점점 사라지고, SNS 등 미디어의 범위가 확대되어 토론의 내용이 더 많은 사람에게 접근할 수 있게 되는 등 TV 토론의 영향력이 더욱더 증가할수 있을만한 환경이 조성되었다. 즉, 정당 일체감으로 인해 효과가 덜 나타난다고 여겨졌던 한계를 극복할 수 있으며, 토론

후 미디어의 저변이 SNS 까지 확대되고 있는 상황에서 토론의 영향력이 더 강력해졌다고 이야기할 수 있다. 따라서 토론이 캠페인에서 후보자들을 비교하도록 도와주는 제 역할을 해주는 것이 선거제도가 돌아가는 데 있어서 더욱더 핵심적인 요소가 되가고 있음을 부정할 수 없다.

TV 토론 내용 분석

TV 토론이 유권자들에게 영향력이 있었다는 연구는 상당히 존재함에도 불구하고 영향의 주체가 되는 토론 내용은 연구 대상에서 그렇게 인기 있는 주제는 아니었다 (Lanoue & Schrott, 1991; Simon, 2002). 캠페인의 내용을 다룬 연구는 토론보다는 공약 등을 포함한 캠페인 전반, 캠페인 광고, 연설문 등에 더 많은 초점이 맞춰져 연구들이 진행돼 왔고, 대체로 내용분석(content analysis)를 통한 분석이 주를 이루었다. 한국에 TV 토론에 대한 논의는 대체로 법제나 토론의 형식에 관한 내용에 머물러있다.

토론 내용에 대한 연구는 토론의 내용이 논증적인 측면에서 충분하지 않다고 비판하고 있다. Lang (1987)은 TV 토론은 논쟁적인 이슈는 되도록 피하고 모든 시민을 단결시킬 수 있는 공통선(common good)에만 집중한다고 비판했고, Bitzer & Reuter (1980) 역시 1976 년의 대선 토론이 논증적 요소가 없으며 합리적인 설명이 부족했다고 분석했다. 반면 1960 년과 1976 년의 대통령 선거 토론을 분석한 Jackson-Beeck & Meadow (1979)는 정부와 경제에 관련한 실질적인(substantive) 주제 토론이 있었다고 주장했다. 하지만 대체로 토론에 있어서 매우 건설적인 토론이 이루어졌다고 평가하는 논문이 훨씬 더 드문데, 이는 한국의 경우도 마찬가지다.

한국에서는 Benoit 의 기능이론(functional theory) 개념인 공격(attack), 방어(defending), 주장(acclaiming)을 가져와 분석한 논문이 주를 이룬다. 송종길 (2004)은 2002 년 대선을 이에 따라 분석하면서 우리나라 후보간에는 후보자들을 가장 올바로 판단하고 선택하는 데 필요한 요소인 충돌(clash)이 부족하다고 지적했고, 김관규 & 박연진 (2007) 역시 같은 개념을 활용해 지지도가 낮은 후보가 대체로 공격적인 전략을 구사한다는 질적 연구를 진행하였다. 김춘식, 김관규 & 이영화 (2008)가 분석한 2007 년 대선 토론에서는 자신의 긍정적인 면을 강조하는 주장이 다른 전략보다 가장 자주 나타났음을 확인할 수 있다.

또한 토론에 참여하는 후보자의 지위(status)에 따라 토론 전략이 다르다는 주장을 내놓는 연구들도 TV 토론 내용에 대한 연구의 한 축을 이룬다. 현직 대통령(incumbent)은 주장(acclaiming) 전략을 더 많이 사용하고, 상대방 후보자는(opponent) 공격의 전략을 더 자주 사용한다는 것은 어느 정도 컨센서스를 이루고 있다 (Benoit & Harthcock, 1999; Benoit & Brazeal, 2002). 또 토론은 아니지만 1976 년부터 1996 년까지 캠페인 광고를 분석했을 때, 여론조사에서 더 낮은 지지율을 확보하고 있는 후보자가 자신이 이슈오너십을 갖고 있지 않은 이슈를 언급(issue trespassing) 한다는 유사한 결과가 나타났다 (Damore, 2004). 또 후보간에 지지율 차이가 많이 나는 선거에서는 토론에서 쟁점이 나타나지 않는 문장(statement)이 더 많이 나타난다 (Morris, 2004). 한국의 경우를 분석한 Beom (2010)은 1997 년, 2002 년, 2007 년 세 번의 대선에 출마한 이회창의 포지션이 여당, 야당, 제 3 당으로 달랐음에 주목해서 각각의 시기에 토론 전략이 달랐는지를 내용 분석했는데, 소속정당에 따른 전략의 변화는 거의 없는 것으로 나타났다. 하지만 상대 후보의 지지율이 낮을

때는 객관적 근거에 바탕한 공격 전략을 많이 사용한 반면, 반대의 경우엔 인신공격을 더 많이 사용했다는 흥미로운 결과를 도출해 냈다.

토론의 내용은 토론의 형식에 따라 달라질 수 있다. 다양한 토론 방식 중, 타운홀 미팅이나 라운드 테이블(round-table)보다는 사회자 한명이 질문하고 후보자가 답하는 토론의 형태에서 가장 많은 쟁점(clashes)이 나타난다는 분석결과가 있다 (Carlin, Morris & Smith, 2001). 마찬가지로 Hart & Jarvis (1997)은 사회자가 진행하는 포맷의 토론에서 더 공격적인 전략이 나타났다고 분석했다. 여기서 언급하는 사회자가 진행하는 토론의 형태는 우리나라 대선 토론에서 나타나는 다양한 방식-모두발언, 사회자 질문, 교차질문- 중 하나이다. 2007 년 대선 토론을 분석한 김관규 & 김춘식 (2008)의 연구에서 내용분석을 통해서 교차질문을 할 때보다 사회자가 질문할 때 주장(acclaiming) 전략이 덜 나타난다는 것을 발견했다. 교차질문 상황에서는 오히려 방어전략을 더 자주 사용하는 것으로 나타났다. 한국의 TV 토론 연구에서 가장 중요한 한 축을 담당하는 것이 토론의 형식인데, 형식에 대한 연구는 실증적이기 보다는 개념적이고 철학적으로 더 많이 논의되어 왔다. 토론의 역사가 상대적으로 짧은 한국에서 적절한 토론 유형을 개발하기 위한 시도도 지속되어 왔지만, TV 토론 형식의 변화에는 영향을 미치지 못했다 (박상호, 2013).

토론 내용 그 자체에 집중한 논문 중에서 이 논문에서 적용하고자하는 네트워크 분석기법을 이용해 토론의 상황을 종합적으로 분석한 경우는 많지 않다. 네트워크 분석은 연구자 주관의 한계를 극복할 수 있는 양적인 분석 방식으로, 일관성있고 반복가능한 방식이다 (Doerfel & Marsh, 2003). 정치와 관련해 시맨틱 네트워크 분석이 사용되는 대부분의 논문에서 인용되는 Lim (2002)은 네트워크를 직접 사용하지 않았지만, 1789 년부터 2000 년까지의 미국 대통령 취임사(inaugural speeches)에서 컴퓨터를 이용해 단어의 빈도수를

분석을 수행했다. 이는 네트워크 분석의 기본이 되는 분석 단위를 이용한 논문이라는 점에서 의미가 있으며, 단순히 빈도의 변화가 레토릭의 변화를 추정할 수 있는 기준임을 제시하였다. 그는 취임사가 반지성적(anti-intellectual)이고, 더 추상적이며(more abstract), 더 확신에 차 있고(more assertive), 더 민주적이며(more democratic), 더 구문체(more conversational)로 변화하는 경향을 발견했다.

이후 네트워크 분석을 본격적으로 도입한 관련 논문들에서는 네트워크 분석의 ‘관계’를 파악할 수 있다는 장점을 충분히 활용하는 연구를 진행했다. Doerfel & Marsh (2003)은 MDS(Multi dimensional scaling) 분석을 통해 92 년 대선 토론에서 세 후보자들은 각자 자신이 이슈오너십을 가졌다고 생각하는 분야에만 집중하고, 이슈오너십을 가진 한 후보자를 다른 두 후보자가 연합(team-up)을 통해 견제하는 모습을 발견했다. 또 한국에서는 박한우 & Leydesdorff (2004)는 캠페인 기간 동안 후보자들의 연설문의 단어 빈도 분석을 통해 각각의 후보가 강조하는 이슈를 확인할 수 있다고 주장했다. 또 17 대 대선 토론에서 나타난 북한이슈만을 분석한 박성희 (2009) 논문은 후보자들간의 단어사용 패턴을 분석한 결과 실제 토론이 이루어지는 개념적인 장소인 접점(stasis)을 형성하는 데 실패했다고 결론내렸다. 노무현과 이명박 대통령의 정권 초기 연설문에 사용된 단어의 네트워크를 분석한 이창길 (2010)의 논문에서는 이에서 더 나아가 단어 출현 빈도(frequency)와 중심성(centrality), 지니 계수 등을 활용했다. 빈도를 이용하여 참여정부는 행정을, 이명박 정부는 기업을 주요단어로 사용했다고 분석했고, 지니 계수를 통해 이명박 정부가 우선순위에 있는 정책에 집중하는 경향이 있다고 결론을 내렸다. 또한 중심성을 사용하여 이명박 정부는 경제와 사회, 참여정부는 정치와 행정, 외교통일 분야에 집중하고 있다는 결론을 내렸다.

그런데 이런 논문에서는 네트워크 분석 자체에만 집중한 결과 실증적인 증명을 한다기 보다는 현상을 묘사하는데 그치는 등 깊이 있는 분석을 내놓지 못하고 있다는 점에서 한계가 있다. 연구 결과는 양적인 모양새의 네트워크 지도로 제시되지만 그 해석은 여전히 연구자의 주관에 개입될 수 밖에 없는데다가, 현상을 설명하는데는 매우 유용하지만 그것을 실제 분석에 투입해 사용하지는 못하고 있다. 또한 모두발언, 사회자 질문, 교차토론 등의 다양한 형태로 진행되는 토론에 대한 정확한 구분 없이 통제하지 않고 자료로 사용하는 등의 문제점을 발견할 수 있었다.

제 4 절 양극화

유권자들은 자신이 이미 가지고 있는 정당일체감(party identification)을 통해서 정치적 결정을 하고, 유권자는 이미 자신의 선유경향(predisposition)에 따라 서로 다른 정당일체감을 가지고 있기 때문에 유권자 전체를 놓고 봤을 때 차이(difference)는 존재할 수 밖에 없다. 정당일체감 등이 가지고 오는 유권자들의 생각의 차이는 민주주의에 해롭다기 보다는 다양성으로 인식되며, 민주주의에 도움이 되는 것으로 여겨져 왔다. Campbell (1980) 등은 정당일체감은 ‘인식의 스크린(perceptual screen)’ 역할을 한다고 지적하며, 정당일체감의 지름길(shortcut) 효과 등은 현대 민주주의에서 중요한 역할을 한다고 강조하였다. 또한 정당은 유권자 성향의 차이점에 기반하여 구성되고, 민주주의에서 어느 정도의 양극화(polarization)은 항상 존재할 수 밖에 없다 (Brady & Han, 2006).

그런데 정치역역에서 양극화가 극심해진다면 이는 정부에 대한 불신을 낳게 되고 (Huntington, 1975), 민주주의 구성원의 비협조 가능성을 높일 수 있다 (Hardin, 1968). 따라서 심화된 양극화는 더이상 민주주의의 중요한 가치로 존중받기 어려워진다. 이러한 양극화의 심화는 대의 민주주의를 어렵게 한다고 평가받고 있다. 정치의 주체를 크게 둘로 나뉘 정치인과 유권자가 존재한다고 할 때, 두 주체 모두에서 양극화가 발견되고 있다. 미국 의회 법안의 표결을 분석한 Poole & Rosenthal (1984, 1997)은 정치인들간 이념적 간극이 점점 커지고 있다며 우려를 표명했다. Abramowitz & Saunders (2008)는 NES 데이터 분석을 통해 90년대 이후 양극화가 심화됐으며, 오히려 중간성향의 유권자가 줄어들고 있다고 밝혔다. 반면 Fiorina (2008)와 그녀의 동료는 유권자의 선호(preference)는 시간의 변화에 상관없이 안정돼 있으며, 양극화는 존재하지 않는다고 주장한다. 대신에 정당일체감을 통한 이념의 일관성 확대(party sorting)가 발생했다고 주장하는데 자신의 입장이 확실해진 유권자간의 갈등은 첨예해질 수 밖에 없다고 주장한다 (Fiorina & Levendusky, 2006). 정리하자면, 양극화의 존재 유무에 대해서는 이견이 있지만 유권자간의 갈등이 첨예해질 수 밖에 없는 정치 환경이 도래했다는 데에는 어느정도 합의가 존재하고 있다.

양극화에 대한 또다른 접점은 정치인들과 유권자들의 양극화가 서로 영향력이 있는지에 대한 것이다. 이 부분에서도 여전히 디베이트가 진행중이지만 분명한 것은 연구자들이 양극화의 심화 현상에 대해서 관심을 갖고 지켜보고 있으며, 매우 우려하고 있다는 점이다. Huntington (1975)은 미국은 60년대 중반 이후 유권자들의 양극화가 심화됐으며, 이에 따라 정치인들 역시 표를 얻기 위해 전략적으로 정당과 자신의 입장을 좀 더 극단적인 방향으로 움직이게 됐다고 설명한다. 반면 Fiorina & Levendusky (2006)은 정치엘리트와

대중 사이는 단절(disconnected)되었다고 주장하며, 둘 사이의 양극화에는 연결고리가 없다고 말한다.

한국의 경우도 양극화에 대한 논의의 맥락이 크게 다르지 않다. 이내영 (2011)에 따르면, 한국의 유권자들의 이념성향은 중도가 증가하는 방향으로 변화하여 양극화하지 않았으나, 국회의원 이념성향은 오히려 중도가 감소하고 이념적 간극이 크게 증가했다고 밝히며, 한국의 양극화는 정치인들간의 양극화가 유권자의 대립을 야기했다고 설명하고 있다. 반면 이성우 (2011)는 전체적인 이념경향보다는 정치적인 이슈별로 나눠봤을 때, 유권자와 정치인 모두에서 경제와 교육, 복지문제를 중심으로 양극화가 진행되고 있다고 주장한다. 특히 정치 엘리트 수준의 변화 양상이 일반대중에게도 영향을 미쳐 특히 2006 년 이후 언급된 이슈들에 대한 대중들의 선택이 지지정당에 따라 달라졌다고 분석했다.

더욱이 한국은 유권자는 물론이고 정치인들이 SNS 등을 통해 온라인에서 정치적 논의가 활발하게 이루어지고 있다. 한 때 온라인 공론장(public sphere) 기능을 통해 숙의 민주주의가 가능할 것이라는 장밋빛 예측도 있었으나, 오히려 같은 입장을 가진 사람들끼리만 숙의가 진행되는 (enclaves deliberation) 양극화된 공론장의 모습을 보여주고 있다는 점에서 양극화의 또다른 증거로 제시되고 있다 (Sunstein, 2001). 특히 한국에서 정치적 목적으로 주로 사용되는 트위터 팔로잉 네트워크를 분석한 결과 시간이 지날 수록 역시 ‘유유상종’하는 현상이 더욱 강력해짐을 발견할 수 있었다 (Hahn et al., 2012).

제 5 절 한국의 대통령 TV 토론

한국 선거에 TV 토론 도입이 본격적으로 도입된 것은 1995 년 제 1 회 전국동시지방선거 부터이다. 당시 운동장 등에서 대중유세를 위주로 전개되었던 선거 운동은 유권자에게 금품을 주고 동원하는 등 많은 문제점을 갖고 있었는데, 이러한 병폐를 개선하고자 하는 목적에서 도입되었다 (대통령선거방송 토론위원회, 1998). 15 대 대선을 1 달여 앞둔 1997 년 11 월 14 일, ‘공직선거 및 선거부정방지법’이 개정되면서 공영방송사는 공동으로 대통령선거 기간 중 후보자를 1 인 이상 초청하여 3 회 이상 개최해야한다고 명문화돼 우리나라에도 TV 토론이 공식적으로 도입됐다.¹

1997 년 15 대 대통령 선거에 TV 토론이 도입되면서 우리의 선거가 미디어 선거 시대로 본격적으로 진입할 수 있었다고 평가한다 (이관열, 1997; 박영석, 2008). TV 토론이 본격적으로 도입되기 전인 14 대 대선때에는

¹ 제 82 조 (언론기관의 후보자등 초청 대담·토론회) ① 텔레비전 및 라디오 방송시설(제 70 조제 1 항에 따른 방송시설을 말한다. 이하 이 조에서 같다)·「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제 2 조제 3 호에 따른 신문사업자·「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제 2 조제 2 호에 따른 정기간행물사업자(정보간행물·전자간행물·기타간행물을 발행하는 자를 제외한다)·「뉴스통신진흥에 관한 법률」 제 2 조제 3 호에 따른 뉴스통신사업자 및 인터넷언론사 (이하 이 조에서 "언론기관"이라 한다)는 선거운동기간중 후보자 또는 대담·토론자(후보자가 선거운동을 할 수 있는 자중에서 지정하는 자를 말한다)에 대하여 후보자의 승낙을 받아 1 명 또는 여러 명을 초청하여 소속정당의 정강·정책이나 후보자의 정견, 그 밖의 사항을 알아보기 위한 대담·토론회를 개최하고 이를 보도할 수 있다. 다만, 제 59 조에도 불구하고 대통령선거에서는 선거일 전 1 년부터, 국회의원선거 또는 지방자치단체의장선거에 있어서는 선거일전 60 일부터 선거기간개시일전일까지 후보자가 되고자 하는 자를 초청하여 대담·토론회를 개최하고 이를 보도할 수 있다. 이 경우 방송시설이 대담·토론회를 개최하고 이를 방송하고자 하는 때에는 내용을 편집하지 않은 상태에서 방송하여야 하며, 대담·토론회의 방송일시와 진행방법등을 중앙선거관리위원회규칙이 정하는 바에 따라 관할선거구 선거관리 위원회에 통보하여야 한다.

관훈클럽이 주요한 3 당의 후보자 (민자당 김영삼, 민주당 김대중, 국민당 정주영)을 차례로 초청하여 사회자가 질문을 하는 방식으로 토론을 진행하고 이를 KBS 와 MBC 가 녹화중계했다. 이런 후보 한사람만이 등장하는 기자회견식 토론에서 여러 후보자가 동시에 등장하고 서로 얼굴을 맞대고 논박하는 방식으로 토론의 형태가 변한 것은 획기적인 변화와 성장으로 평가할 수 있다 .

〈표 1〉 한국 대통령 후보자 TV 토론 시청률

	1 차	2 차	3 차
15 대	55.7	52.5	51.4
16 대	38.5	36.7	36.4
17 대	27	23.5	21.5
18 대	34.9	34.7	26.6

***AGB 닐슨 시청률 데이터 기준 (전국 3 사 합계)

TV 토론이 본격화된지 10 년이 넘어가면서 중요한 선거운동방식으로 자리잡았지만, 오히려 TV 토론 시청률은 하락하고 있다. 박상호 (2013)는 이러한 원인으로 지나치게 광범위하고 구체적이지 못한 토론내용과 토론형식, 관용적인 후보자 참여기준, 사회자의 제한적 역할 등이 유권자에게 충분한 정보를 제공할만한 유인을 갖고있지 못하다고 지적했다. 지나치게 일정한 포맷과 양식을 갖고 있어 유권자들의 흥미를 이끌어내지 못하는데다가, 유권자들에게 정작 필요한 정책에 관한 대결 보다는 상호비방이나 인신공격에 집중하고 있다는 지적은 한국의 TV 토론을 연구하는 대부분의 연구자들이 지적하고 있다 (박상호, 2013; 김연중, 2009; 차재영 & 이창현, 2009).

제 3 장 연구질문 및 가설

TV 토론에 관한 연구에는 영향력과 내용, 형식, 법제 등 다양한 접근 방식이 존재하고 있다. 하지만 TV 토론의 내용과 질에 대한 경험적인 논의나 정치 환경(양극화, 정치에 대한 관심 등)의 관계를 살펴보는 연구는 제한적이며, 민주주의적 맥락에서 TV 토론을 평가한다거나 토론 형식에 대한 개념적인 논의 이상의 연구는 부족하다. 또한 TV 토론 내용에 대한 연구 또한 내용분석에 한정된 연구가 지배적이라는데 한계가 있다. 따라서 본 연구에서는 TV 토론에 대한 연구의 범위를 넓히고자 하였다.

가장 먼저, Simon (2002)이 캠페인의 기준을 대화(dialogue)로 설정했듯이 토론을 평가하기 위해 관여(engagement)라는 개념이 필요하다고 보았다. 캠페인 상황에서 대화란, 한 후보자가 상대방의 주장에 대해 반드시 반응(respond)하는 것을 의미한다. 후보자간에 ‘대화’가 발생하면, 후보자들이 이슈에 대해서 어떤 입장을 취했는지 유권자들로 하여금 더 잘 파악될 수 있으며, 더 논리적으로 합당해지고(reasoning), 심지어 반대 입장에 있었던 사람들에게도 폭 넓게 어필할 수 있게 된다. 마찬가지로 토론의 상황에서 후보자 간 관여의 정도가 외부적인 정치 환경과 토론형식 등에 어떤 영향을 받는지 확인할 수 있으면 더 나은 TV 토론을 구성할 수 있는 토대가 될 것이다.

관여(engagement)란 두 후보자가 토론 내에서 혹은 해당 선거에서 부딪히는 이슈 상에서 같은 어휘를 사용함 등을 통해 쟁점을 형성하는 것이다. 각자 자신의 입장을 설명하는 주장과 함께 상대의 주장을 자신의 언어로 바꿔 설명하고(rephrase), 상대의 주장을 반박(rebuttal)했다면 관여가 발생한 것으로

볼 수 있다. 이러한 관여는 토론에 참여하는 후보자들 간에 같은 어휘를 사용하고, 그 어휘에 대한 정의가 공유되어 있는가의 여부가 매우 중요하다 (박성희, 2009). 후보자간에 같은 어휘를 사용한다는 것은 상대방의 주장 혹은 공격에 반응을 한다는 것이고 그 지점에서 접점이 형성돼 유권자들에게 그 접점에서 알고 있어야할 정보를 용이한 형태로 제공할 수 있다는 점에서 의미가 있다.

가장 먼저, 토론을 평가하기 위해 관여(engagement)라는 개념이 필요하다고 보았다. Simon 이 캠페인의 평가기준을 대화(dialogue)로 설정했듯이, 토론에도 역시 같은 주제에 대해서 이야기하는 관여(engagement)가 그 기준이 되어 한다고 보았다. 따라서 이 관여(engagement)가 외부적인 정치환경과 토론형식에 어떤 영향을 받는지 확인할 수 있으면 더 나은 TV 토론을 구성할 수 있는 토대가 될 것이다.

관여라는 개념은 심판이 토론을 들으면서 발견한 부딪히는 이슈들에서 다뤄진 하부 이슈들이 얼마나 효과적으로 서로의 팀에서 각자의 주장과 함께 상대의 주장을 자신의 언어로 바꿔 설명되었는지(rephrase), 반박(rebuttal)되었는지를 보는 기준인데, 이는 대통령 선거 TV 토론에도 마찬가지로 적용할 수 있다. 따라서 이 개념을 도입해 대통령 선거에서 토론의 기본 전제가 달성되고 있는지 확인해보려고 한다. 즉, 여러명의 후보자가 함께 사용한 단어와 주제에서는 관여가 발생한 것이지만, 한 후보자가 제시했으나 상대방 후보자가 이를 건드리지 않았다면 관여가 발생하지 않은 상황으로 볼 수 있다.

제 1 절 연구문제 1 : 양극화

유권자들은 자신이 이미 가지고 있는 정당일체감(*party identification*)을 통해서 정치적 결정을 하고, 유권자는 이미 자신의 선유경향(*predisposition*)에 따라 서로 다른 정당일체감을 가지고 있을 수밖에 없기 때문에 유권자 전체를 놓고 봤을 때 차이(*difference*)는 존재할 수밖에 없다. 정당일체감 등이 가지고 오는 유권자들의 생각의 차이는 민주주의에 해롭다기 보다는 다양성으로 인식되며, 민주주의에 도움이 되는 것으로 여겨져 왔다. Campbell (1960) 등은 정당일체감은 ‘인식의 스크린(*perceptual screen*)’ 역할을 한다고 지적하며, 정당일체감 지름길(*shortcut*) 효과 등은 현대 민주주의에서 중요한 역할을 한다고 강조하였다. 정당 역시 유권자 성향의 차이점에 기반을 두고 구성되고, 민주주의에서 어느 정도의 차이, 즉 양극화(*polarization*)는 항상 존재할 수밖에 없다 (Han & Brady, 2006).

그런데 정치역역에서 양극화가 극심해진다면 이는 정부에 대한 불신을 낳게 되고 (Huntington, 1975), 민주주의 구성원의 비협조 가능성을 높일 수 있다 (Hardin, 1968). 따라서 심화된 양극화는 더 이상 민주주의의 중요한 가치로 존중받기 어려워진다. 이러한 양극화의 심화는 대의 민주주의를 어렵게 한다고 평가받고 있다.

양극화에 대해 연구자들이 토론 중인 주제 중 하나는 정치인들과 유권자들의 양극화가 서로 영향력이 있는지에 대한 것이다. Huntington (1975)은 60년대 중반 이후 미국 유권자들의 양극화가 심화됐으며, 이에 따라 정치인들 역시 표를 얻기 위해 전략적으로 정당과 자신의 입장을 좀 더 극단적인 방향으로 움직이게 됐다고 설명한다. 이는 Downs (1957)의 논의와도

일맥상통한다. 다운즈는 유권자들의 변화에 따라 정치엘리트들이 자신의 위치를 전략적으로 선택한다고 주장했다. 공간적 모형에서 유권자들의 선호가 양쪽 끝 근처에서 쌍봉의 형태(bimodally)를 띄게 된다면, 양당제 하의 두 정당은 서로 이데올로기적인 거리를 멀게 유지할 것이라고 설명했다. 헌팅턴 (Huntington, 1975) 역시 유권자들의 성향이 양극화 되면, 후보자들 역시 유권자들이 많이 몰려있는 양극단의 입장을 취할 수밖에 없다고 지적했다. 이들의 설명을 따른다면 유권자들이 양극화 되어 있을 때, 캠페인 상에서의 대화와 TV 토론 상에서의 관여 역시 줄어들 수밖에 없게 된다. 후보자들이 전략적인 선택을 하기 때문이다. 그런데 선거상황에서 양극화의 정도는 지지율의 차이로 나타낼 수 있는데, 지지율의 차이가 작아 두 후보자가 첨예하게 대립하는 상황에서 유권자가 더 양극화 돼 있다고 설명할 수 있다.

캠페인 상황에서 지지율과 관련한 연구들이 존재하지만 위에서 소개한 다운즈, 헌팅턴 등의 논의와는 다른 결과를 내놓고 있다. 1976 년부터 1996 년까지 캠페인 광고를 분석했을 때, 여론조사에서 더 낮은 지지율을 확보하고 있는 후보자가 자신이 이슈오너십을 갖고 있지 않은 이슈를 언급(issue trespassing) 한다는 결과가 나타났다 (Damore, 2004). Morris (2004)는 지지율 차이가 많이 나는 선거(양극화 정도가 낮은 선거)에서는 쟁점이 나타나지 않는 문장이 더 많이 나타난다고 주장해 관여의 정도가 낮을 것이라고 반대로 주장하였다. 이러한 차이를 검증하기 위해 첫번째 연구질문과 연구가설은 다음과 같이 도출했다.

연구질문 1.

대통령 TV 토론에서 나타는 관여(engagement)의 차이는 무엇에 귀인할까?

연구가설 1-1.

대중의 정치성향이 양극화 될 수록 대통령 TV 토론에서 나타나는
관여의 정도가 감소할 것이다.

제 2 절 연구문제 2 : TV 토론의 형식

토론의 내용은 토론의 형식에 따라 후보자간 관여의 정도가 달라질 수 있다. 이는 어떤 토론형식이 유권자들의 선택에 유용한가의 문제이기 때문에 매우 중요한데 (박상호, 2013), 예상외로 후보자들끼리 직접적으로 질문을 제시하는 토론의 형태보다 사회자가 공통적으로 질문하는 방식에서 가장 많은 쟁점(clashes)이 발생한다는 연구결과가 한국과 미국의 경우에서 모두 나타났다(Carlin, Morris & Smith, 2001; 김관규 & 김춘식, 2008). 다양한 토론 방식 중, 타운홀 미팅이나 라운드 테이블(round-table)보다는 사회자 한명이 질문하고 후보자가 답하는 토론의 형태에서 가장 많은 쟁점(clashes)이 나타난다(Carlin, Morris & Smith, 2001). 마찬가지로 Hart & Jarvis (1997)은 사회자가 진행하는 포맷의 토론에서 더 공격적인 전략이 나타났다고 분석했다. 여기서 언급하는 사회자가 진행하는 토론의 형태는 우리나라 대선 토론에서 나타나는 다양한 방식-모두발언, 사회자 질문, 교차질문- 중 하나이다. 2007 년 대선 토론을 분석한 김관규 & 김춘식 (2008)의 연구에서 내용분석을 통해서 교차질문을 할 때보다 사회자가 질문할 때 주장(acclaiming) 전략이 덜 나타난다는 것을 발견했다. 교차질문 상황에서는 오히려 방어전략을 더 자주 사용하는 것으로 나타났다. 한국의 TV 토론 연구에서 가장 중요한 한 축을

담당하는 것이 토론의 형식인데, 형식에 대한 연구는 실증적이기 보다는 개념적이고 철학적으로 더 많이 논의되어 왔다. 토론의 역사가 상대적으로 짧은 한국에서 적절한 토론 유형을 개발하기 위한 시도도 지속되어 왔지만, TV 토론 형식의 변화에는 영향을 미치지 못했다 (박상호, 2013). 이런 문제를 해결하기 위해 연구문제 2와 연구가설 2-1을 설정했다. 만약 가설 2-1이 통과된다면 TV 토론 형식 변화 방향에 실증적인 증거를 제공할 수 있을 것이다.

그런데 막상 유권자들에게 TV 토론의 문제점에 대해서 물어보면, 후보자에게 충분한 시간을 주지 않는 것에 대한 지적이 나타난다 (김관규, 2008). 한 사람당 시간이 제한되어 있으면 필연적으로 심도 있는 토론이 불가능하고, 따라서 자신의 입장을 밝히는데 시간을 모두 할애하게 돼 관여의 정도가 감소할 수밖에 없을 것이다. 마찬가지로 TV 토론이 100 분 내외의 시간에 광범위한 토론의제를 갖고 진행되기 때문에 토론내용이 피상적일 수밖에 없다는 주장도 있다 (송종길 & 박상호, 2006). 이에 따라 연구가설 2-2를 세웠다.

지난 18 대 대선 TV 토론에서 확인할 수 있었듯이 가장 유력한 두 후보가 아닌 3 당의 후보자가 토론에 참여하는 것은 첨예한 갈등을 야기해왔다. 18 대 대선의 경우 지지율 40%가 넘는 두 후보자가 지지율 1%안팎의 제 3 당 후보자와 토론하는 것에 많은 사람들이 문제를 제기하면서, 새누리당은 여론조사 평균 지지율 15% 이상의 후보자만 참여해야 된다는 ‘이정희 방지법’을 발의하는 등 양자토론이 활성화돼야 한다는 주장이 나타났다 (양성희, 2012). 다양한 정당의 목소리를 듣는 기회를 갖는 것은 민주주의와 선거 자체에 도움이 될 수도 있고 토론에서 강력한 아이디어를 제시할 수 있지만 (송종길 & 박성호, 2006), 당선 가능성이 높은 후보자를 공략하여 의제와는 관련 없는 홍보성 발언 등을 일삼아 토론이 정책선거의 일환으로 자리 잡는데 장애가 될 수도 있다 (전영란, 2007). 이에 따라 연구가설 2-3을 도출했다.

연구질문 2.

대통령 TV 토론의 형식에 따라 관여(engagement)의 정도가 달라질 것인가?

연구가설 2-1.

공통질문이 자유토론 보다 관여의 정도가 높을 것이다.

연구가설 2-2.

토론에 참여하는 후보자가 많을수록 가장 강력한 두 후보자 간의 관여 정도는 낮아질 것이다.

연구가설 2-3.

한 주제에 할당된 시간이 적을수록 관여의 정도는 낮아질 것이다.

제 3 절 연구문제 3 : TV 토론의 주제

안철수 후보가 처음 정치권으로 진입하면서 자신은 사회/경제 분야에서는 진보적 입장을, 통일/안보 분야에서는 보수적 입장을 취한다고 밝혔듯이 한국의 정치는 크게 경제와 통일/안보, 이 두 가지 축으로 보수와 진보를 구분한다고 할 수 있다. 강원택 (2005) 역시 한국의 이념갈등에 대한 연구에서 가장 뚜렷하게 나타나는 이념적 갈등은 반공 이데올로기와 재벌개혁에 대한 시각차이라고 주장했다. Stokes (1963)는 찬반이 나뉘는 이슈들을 대립이슈(position issue)로, 유권자들이 대체로 비슷한 의견을 갖는

이슈들을 합의이슈(valence issue)로 나눠서 본 데에 대입하면 지금까지 한국에서는 경제와 통일/안보가 대립이슈로 작용해왔다고 할 수 있다.

강원택 (2010)이 17 대 대선 공약을 분석했을 때만해도 보수측 대선주자인 이명박 후보의 공약은 대체로 신자유주의적 노선을 강조하는 것이었고, 복지관련 공약은 숫자도 적을 뿐만 아니라 우선순위도 낮았다. 그런데 이번 18 대 대선에서 보수측 대선주자였던 박근혜 후보가 진보진영에서 전점해오던 의제인 경제민주화와 복지를 가장 우선적인 공약으로 설정하는 등(송진미 & 박원호, 2012) 경제 부분이 더 이상 대립이슈로 작용하지 않고 합의이슈로 변화되었다. 반면 통일/안보의 측면에서 진보/보수간 갈등은 오히려 증폭되고 있다(한관수 & 장윤수, 2012). 또 이념갈등을 정치, 경제, 가치 측면에서 본 박경미 & 한정택 & 이지호 (2012)는 정치적 이념의 차이가 두드러지게 나타나고 있다고 지적하고 있다. 따라서 대립이슈로 작용하는 통일/안보, 정치 이슈에 대한 관여의 정도는 줄어들었을 것이라고 추측할 수 있고, 경제나 복지/교육 등에 대한 관여의 정도가 증가했을 것이라고 가정해 볼 수 있다. 이에 따라 연구문제 3 과 연구 가설을 설립했다.

연구질문 3.

토론의 주제에 따라 대통령 TV 토론의 관여(engagement)의 정도가 달라질 것인가?

연구가설 3-1.

과거부터 지속적으로 대립이슈(position issue)로 작용해왔던 통일/안보, 정치 이슈의 경우, 관여의 정도가 점점 줄어들었을 것이다.

연구가설 3-2.

과거 대립이슈(position issue)였다가 합의이슈(valence issue)로 바뀐
경제 이슈의 경우 관여의 정도가 증가했을 것이다.

제 4 장 연구방법

제 1 절 분석 대상

본 논문은 데이터를 통해 가설을 검증하는 실증적인(empirical) 연구일 뿐만 아니라, 연대기적인(chronological) 변화를 추정하는 연구이다. 따라서 최대한 오랜 기간의 자료를 연구대상에 포함하고자 했다. 선거법에 따라 1995 년 TV 토론을 선거의 과정에 공식적으로 도입하기로 한 이래, 대통령 선거에서는 1997 년에 열린 제 15 대 대통령 선거부터 후보자 토론이 시작되었다. 1997 년의 15 대와 2002 년의 16 대 대통령 TV 토론은 대통령선거방송토론위원회가 주최하였고, 2007 년 17 대, 2012 년 18 대 대통령 TV 토론은 중앙선거관리위원회 산하 기관인 중앙선거방송토론위원회가 주관했다. 4 번에 선거에 걸친 후보자 TV 토론은 주관의 주체와 주제, 형식에 약간의 차이는 있지만 선거 한 차수에 모두 3 회씩 열리고 매회당 2 시간 가량 진행됐으며, 토론형식 또한 중첩되고 있어서 분석이 가능할 정도의 연속성 또한 갖고 있기에 무리없이 분석의 대상으로 삼았다.

이에 따라 가장 오래된 대통령 후보자 TV 토론인 1997 년 15 대 후보자 토론부터 가장 최근인 2012 년 18 대 대선까지 12 회에 걸친 TV 토론을 연구대상으로 삼았다. 후보자 토론의 공식적인 도입 이전, 언론인 모임인 관훈클럽에서 14 대 대통령 선거 후보자였던 민자당 김영삼, 민주당 김대중, 국민당 정주영 3 당 후보자를 초청해 토론회를 개최했었는데, 이는 공식적인 토론으로 볼 수 없기 때문에 연구 대상에서 제외하였다.

〈표 2〉 대통령 후보자 TV 토론 목록 (15 대~18 대)

구분	차수	일시	주제	참여	주최
15대	1차	97.12.01	경제	한나라당 이회창 새정치국민회의 김대중 국민신당 이인제	대통령선거방송토론위원회
	2차	97.12.07	정치·외교·통일·안보		
	3차	97.12.14	사회·문화		
16대	1차	02.12.03	정치·외교·통일	한나라당 이회창 새천년민주당 노무현 민주노동당 권영길	대통령선거방송토론위원회
	2차	02.12.10	경제·과학		
	3차	02.12.16	사회·교육·문화·여성		
17대	1차	07.12.06	정치·외교·통일·안보	대통합민주신당 정동영 한나라당 이명박 민주노동당 권영길 민주당 이인제 창조한국당 문국현	중앙선거방송토론위원회
	2차	07.12.11	사회·교육·문화·여성		
	3차	07.12.16	경제·노동·복지·과학		
18대	1차	12.12.04	국민질문	새누리당 박근혜 민주통합당 문재인 통합진보당 이정희	중앙선거방송토론위원회
			권력형 비리 근절 방안		
			대북 정책 방향		
			한반도 주변국과 외교정책 방향		
	2차	12.12.10	경기침체 장기화에 따른 대책		
			경제민주화 실현방안		
			일자리 창출과 고용안정 방안		
			복지정책 실현방안		
	3차	12.12.16	저출산/고령화 대책		
			범죄예방과 사회 안전 대책		
			과학기술 발전 방안		
			교육제도 개선 방향		

제 2 절 연구방법 개요

1. 내용 분석

중앙선거방송토론위원회 홈페이지에서 17 대와 18 대에 해당하는 토론의 다시보기 영상과 스크립트를 제공하고 있고, 토론위원회에서 토론을 주관하기 이전의 토론 스크립트는 대통령선거방송토론위원회에서 발간한 제 15 대 대통령선거 대통령선거방송토론위원회보고서와 제 16 대 대통령선거 대통령선거방송토론위원회보고서에서 찾을 수 있었다. 이 스크립트를 데이터로 쓸 수 있도록 재가공하여 논문에 사용하였으며, 분석을 위해 텍스트에 대한 자연어 처리는 SAS 에서 제공한 형태소 분석기를 사용했다.

〈표 3〉 대통령 후보자 TV 토론 내용 분석 단위

#	구 분	차 수	순 서	토론 주제	토론세부주제 (질문내용)	토론 형식	발 언 자 수	총시간	비고
1	15 대	1 차	1	경제	경제위기타개	상호토론 1	3	4 분 30 초	
2			2	경제	실업자대책	상호토론 1	3	4 분 30 초	
3			3	경제	금융실명제	상호토론 1	3	4 분 30 초	
4			4	경제	물가안정	상호토론 1	3	3 분 30 초	보충발언 하지 않음
5			5	경제	정경유착	상호토론 1	3	4 분 30 초	
6			6	경제	재벌위주 경제구조	상호토론 1	3	4 분 30 초	
7			7	경제	고용안정	상호토론 2	3	5 분 30 초	
8			8	경제	정리해고제 연기	상호토론 2	3	7 분	
9			9	경제	과소비풍조	상호토론 2	3	7 분	
10			10	경제	책임론	상호토론 2	3	7 분	
11			11	경제	책임론/ 금융실명제	상호토론 2	3	7 분	
12			12	경제	금융실명제	상호토론 2	3	7 분	
13			13	경제	정경유착	상호토론 2	3	7 분	
14			14	경제	재벌	상호토론 2	3	7 분	
15			15	경제	중소기업	상호토론 2	3	7 분	
16			16	경제	그린벨트	상호토론 1	3	4 분 30 초	
17			17	경제	대형국책사업	상호토론 1	3	4 분 30 초	

18			18	경제	농어촌 구조개선	상호토론 1	3	4 분 30 초	
19	15 대	2 차	1	정치	책임론	상호토론 1	3	4 분 30 초	
20			2	정치	선거비용	상호토론 1	3	4 분 30 초	
21			3	정치	정당구조개혁	상호토론 1	3	4 분 30 초	
22			4	정치	재경원개편	상호토론 1	3	4 분 30 초	
23			5	정치	국무총리역할	상호토론 1	3	4 분 30 초	
24			6	정치	임명직 임기보장	상호토론 1	3	4 분 30 초	
25			7	정치	내각제	상호토론 2	3	4 분	순서가 영컷음
26			8	정치	내각제	상호토론 2	3	7 분	
27			9	정치	거국내각	상호토론 2	3	7 분	
28			10	통일	남북관계	상호토론 2	3	7 분	
29			11	통일	남북합의서	상호토론 2	3	7 분	
30			12	통일	간접친분/ 병역문제	상호토론 2	3	7 분	
31			13	외교	외교능력	상호토론 2	3	7 분	
32			14	외교	IMF 재협상	상호토론 2	3	7 분	
33			15	외교	IMF	상호토론 2	3	7 분	
34			16	안보 국방	군비축소	상호토론 1	3	4 분 30 초	
35			17	안보 국방	한중관계	상호토론 1	3	4 분 30 초	
36	15 대	3 차	1	과학	통신시장개방	상호토론 1	3	4 분 30 초	
37			2	과학	전자주민카드	상호토론 1	3	4 분 30 초	

38			3	과학	과학정보화 예산	상호토론 1	3	4 분 30 초	
39			4	복지	복지정책 실현성	상호토론 1	3	4 분 30 초	
40			5	복지	일자리창출	상호토론 1	3	4 분 30 초	
41			6	복지	국민연금	상호토론 1	3	4 분 30 초	
42			7	교육	병역의무	상호토론 2	3	7 분	
43			8	교육	학원폭력/ 병역의무	상호토론 2	3	7 분	
44			9	교육	사교육비	상호토론 2	3	7 분	
45			10	사회	정경유착	상호토론 2	3	7 분	
46			11	사회	불법계좌추적	상호토론 2	3	7 분	
47			12	사회	정치자금	상호토론 2	3	7 분	
48			13	환경	환경/ 후보자격	상호토론 2	3	7 분	
49			14	환경	그린벨트	상호토론 2	3	7 분	
50			15	환경	환경세	상호토론 2	3	7 분	
51			16	문화	통합방송법	상호토론 1	3	4 분 30 초	
52			17	문화	일본대중문화 수입	상호토론 1	3	4 분 30 초	
53			18	문화	문화검열	상호토론 1	2	3 분	이회창 답변 없음
54	16 대	1 차	1	안보 국방	북핵문제	상호토론 1	3	4 분 30 초	
55			2	외교	SOFA 개정	상호토론 1	3	4 분 30 초	
56			3	통일	통일방안	상호토론 1	3	4 분 30 초	
57			4	정치	국정원개혁	상호토론 1	3	4 분 30 초	

58			5	정치	지역주의 (선거구개편)	상호토론 1	3	4 분 30 초	
59			6	정치	특별검사제	상호토론 1	3	4 분 30 초	
60			7	정치	정치개혁	상호토론 2	3	7 분	
61			8	정치	노동단일화	상호토론 2	3	7 분	
62			9	정치	구태정치	상호토론 2	3	7 분	
63			10	정치	부정축재 재산 몰수법	상호토론 2	3	7 분	
64			11	정치	부정부패	상호토론 2	3	7 분	
65			12	정치	후보자 부정부패	상호토론 2	3	7 분	
66			13	통일	햇볕정책/ 주한미군철수	상호토론 3	2	4 분 30 초	이회창- 노무현
67			14	통일	대북지원/ 전쟁위험	상호토론 3	2	4 분 30 초	노무현- 이회창
68			15	정치	후보자 자격	상호토론 3	2	4 분 30 초	권영길- 이회창
69			16	통일	북한인권	상호토론 3	2	4 분 30 초	이회창- 권영길
70			17	정치	노동법	상호토론 3	2	4 분 30 초	노무현- 권영길
71			18	외교	SOFA 개정	상호토론 3	2	4 분 30 초	권영길- 노무현
72	16 대	2 차	1	경제	가계부채	상호토론 1	3	4 분 30 초	
73			2	경제	비정규직	상호토론 1	3	4 분 30 초	
74			3	과학	이공계 기피현상	상호토론 1	3	4 분 30 초	
75			4	경제	경제성장률	상호토론 1	3	4 분 30 초	
76			5	경제	지방경제 활성화	상호토론 1	3	4 분 30 초	
77			6	경제	벤처기업	상호토론 1	3	4 분 30 초	

78			7	경제	IMF	상호토론 2	3	7 분	
79			8	경제	노동자경영 참가법	상호토론 2	3	7 분	
80			9	경제	빅딜정책	상호토론 2	3	7 분	
81			10	경제	인력개방	상호토론 2	3	7 분	
82			11	경제	농업개방	상호토론 2	3	7 분	
83			12	경제	시장개방 논의기구	상호토론 2	3	7 분	
84			13	경제	부유세	상호토론 3	2	4 분 30 초	권영길- 이회창
85			14	경제	주택보급률	상호토론 3	2	4 분 30 초	이회창- 권영길
86			15	경제	국민기업	상호토론 3	2	4 분 30 초	노무현- 권영길
87			16	경제	대우차사태	상호토론 3	2	4 분 30 초	권영길- 노무현
88			17	경제	행정수도이전	상호토론 3	2	4 분 30 초	이회창- 노무현
89			18	경제	후보자자질	상호토론 3	2	4 분 30 초	노무현- 이회창
90	16 대	3 차	1	교육	대학입시 전면자율화	상호토론 1	3	4 분 30 초	
91			2	사회	언론사 세무조사	상호토론 1	3	4 분 30 초	
92			3	문화	문화자유무역	상호토론 1	3	4 분 30 초	
93			4	복지	보육	상호토론 1	3	4 분 30 초	
94			5	복지	의약분업	상호토론 1	3	4 분 30 초	
95			6	복지	노인	상호토론 1	3	4 분 30 초	
96			7	교육	고교평준화	상호토론 2	3	7 분	
97			8	교육	자립형사립고	상호토론 2	3	7 분	

98			9	교육	대학서열폐지/무상교육	상호토론 2	3	7 분	
99			10	복지	국민연금	상호토론 2	3	7 분	
100			11	복지	복지예산	상호토론 2	3	7 분	
101			12	복지	무상교육/무상의료	상호토론 2	3	7 분	
102			13	복지	무상의료	상호토론 3	2	4 분 30 초	노무현-권영길
103			14	복지	경제특구법	상호토론 3	2	4 분 30 초	권영길-노무현
104			15	교육	교육예산	상호토론 3	2	4 분 30 초	이회창-노무현
105			16	사회	수도이전	상호토론 3	2	4 분 30 초	노무현-이회창
106			17	사회	후보자이미지	상호토론 3	2	4 분 30 초	권영길-이회창
107			18	교육	사교육비	상호토론 3	2	4 분 30 초	이회창-권영길
108			1	외교	일본역사왜곡	공통질문	6	9 분	
109			2	안보국방	북핵문제	상호토론 2	6	8 분 30 초	권영길 모두발언
110			3	안보국방	북핵문제	상호토론 2	6	8 분 30 초	이회창 모두발언
111			4	안보국방	북핵문제	상호토론 2	6	8 분 30 초	이명박 모두발언
112	17대	1차	5	안보국방	북핵문제	상호토론 2	6	8 분 30 초	정동영 모두발언
113			6	안보국방	북핵문제	상호토론 2	6	8 분 30 초	이인제 모두발언
114			7	안보국방	북핵문제	상호토론 2	6	8 분 30 초	문국현 모두발언
115			8	안보국방	피랍사태	공통질문	6	9 분	
116			9	정치	권력구조개편	공통질문	6	9 분	
117	17대	2차	1	여성	여성사회활동 증진	공통질문	6	9 분	

11 8			2	교육	교육개혁/사 교육비절감	상호토론 2	6	8 분 30 초	이명박 모두발언
11 9			3	교육	교육개혁/사 교육비절감	상호토론 2	6	8 분 30 초	이인제 모두발언
12 0			4	교육	교육개혁/사 교육비절감	상호토론 2	6	8 분 30 초	권영길 모두발언
12 1			5	교육	교육개혁/사 교육비절감	상호토론 2	6	8 분 30 초	이회창 모두발언
12 2			6	교육	교육개혁/사 교육비절감	상호토론 2	6	8 분 30 초	문국현 모두발언
12 3			7	교육	교육개혁/사 교육비절감	상호토론 2	6	8 분 30 초	정동영 모두발언
12 4			8	문화	관광코리아 전략	공통질문	6	9 분	
12 5			9	문화	문화콘텐츠개 발	공통질문	6	6 분	
12 6			10	사회	사회투명성제 고	공통질문	6	6 분	
12 7	17 대	3 차	1	경제	노동시장양극 화	공통질문	6	9 분	
12 8			2	경제	경제활성화	상호토론 2	6	8 분 30 초	이회창 모두발언
12 9			3	경제	경제활성화	상호토론 2	6	8 분 30 초	정동영 모두발언
13 0			4	경제	경제활성화	상호토론 2	6	8 분 30 초	권영길 모두발언
13 1			5	경제	경제활성화	상호토론 2	6	8 분 30 초	문국현 모두발언
13 2			6	경제	경제활성화	상호토론 2	6	8 분 30 초	이명박 모두발언
13 3			7	경제	경제활성화	상호토론 2	6	8 분 30 초	이인제 모두발언
13 4			8	복지	국민연금	공통질문	6	9 분	
13 5			9	과학	첨단산업육성	공통질문	6	9 분	
13 6			10	복지	노인복지	공통질문	6	9 분	
13 7	18 대	1 차	1	정치	대통령리더십	공통질문	3	6 분	

13 8			2	정치	정치쇄신	공통질문	3	6 분	
13 9			3	정치	정치쇄신	자유토론	2	6 분	이정희- 문재인
14 0			4	정치	정치쇄신	자유토론	2	6 분	문재인- 박근혜
14 1			5	정치	정치쇄신	자유토론	2	6 분	박근혜- 이정희
14 2			6	정치	권력형비리근 절	공통질문	3	4 분 30 초	
14 3			7	정치	권력형비리근 절	상호토론 3	2	5 분	문재인- 박근혜
14 4			8	정치	권력형비리근 절	상호토론 3	2	5 분	이정희- 박근혜
14 5			9	정치	권력형비리근 절	상호토론 3	2	5 분	문재인- 이정희
14 6			10	통일	남북관계개선	공통질문	3	4 분 30 초	
14 7			11	통일	남북관계	상호토론 3	2	5 분	문재인- 박근혜
14 8			12	통일	남북관계	상호토론 3	2	5 분	박근혜- 이정희
14 9			13	통일	남북관계	상호토론 3	2	5 분	이정희- 문재인
15 0			14	외교	외교정책	공통질문	3	4 분 30 초	
15 1			15	외교	외교정책	상호토론 3	2	5 분	이정희- 박근혜
15 2			16	외교	외교정책	상호토론 3	2	5 분	문재인- 이정희
15 3			17	외교	외교정책	상호토론 3	2	5 분	박근혜- 문재인
15 4	18 대	2 차	1	정치	위기관리능력	공통질문	3	6 분	
15 5			2	경제	경기침체해소	공통질문	3	4 분 30 초	
15 6			3	경제	가계부채/최 저임금	상호토론 3	2	5 분	박근혜- 이정희
15 7			4	경제	외국자본/세 제개편	상호토론 3	2	5 분	이정희- 문재인

15 8	16 대	3 차	5	경제	예산날치기/ 양극화해소	상호토론 3	2	5 분	문재인- 박근혜
15 9			6	경제	경제민주화	공통질문	3	4 분 30 초	
16 0			7	경제	경제민주화/ 재벌	상호토론 3	2	5 분	문재인- 이정희
16 1			8	경제	계열분리명령 청구제	상호토론 3	2	5 분	박근혜- 문재인
16 2			9	경제	순환출자/재 벌해체	상호토론 3	2	5 분	이정희- 박근혜
16 3			10	경제	일자리창출	공통질문	3	4 분 30 초	
16 4			11	경제	기초수매체/ 고용방안	상호토론 3	2	5 분	이정희- 문재인
16 5			12	경제	순환출자/비 정규직	상호토론 3	2	5 분	문재인- 박근혜
16 6			13	경제	최저임금/쌍 용차	상호토론 3	2	5 분	박근혜- 이정희
0			14	복지	복지	공통질문	3	4 분 30 초	
16 7			15	복지	건강보험/기 초노령연금	자유토론	2	6 분	박근혜- 문재인
16 8			16	복지	세금/의료비	자유토론	2	6 분	이정희- 박근혜
16 9			17	복지	무상보육	자유토론	2	6 분	문재인- 이정희
17 0	18 대	3 차	1	정치	국가비전	공통질문	2	4 분	
17 1			2	복지	저출산고령화 대책	공통질문	2	4 분	
17 2			3	복지	저출산고령화 대책	상호토론 3	2	5 분	문재인- 박근혜
17 3			4	복지	아동수당	상호토론 3	2	5 분	박근혜- 문재인
17 4			5	복지	건강보험	자유토론	2	6 분	
17 5			6	교육	교육제도개선	공통질문	2	4 분	
17 6			7	교육	특목고/반값 등록금	자유토론	2	20 분	

17 7		8	사회	사회안전대책	공통질문	2	4 분	
17 8		9	사회	원전안전	상호토론 3	2	5 분	문재인-박근혜
17 9		10	사회	국정원사태	상호토론 3	2	5 분	박근혜-문재인
18 0		11	사회	국정원사태/4대강사업	자유토론	2	6 분	
18 1		12	과학	과학발전/인재육성	공통질문	2	4 분	
18 2		13	과학	우주개발	상호토론 3	2	5 분	박근혜-문재인
18 3		14	과학	과학전담부서	상호토론 3	2	5 분	문재인-박근혜
18 4		15	과학	과학인재육성	자유토론	2	6 분	

분석단위는 2 시간 동안의 토론에서 사회자 혹은 후보자 스스로가 제기한 질문에 대해 지정된 후보자들이 특정한 형식으로 토론을 진행하는 한번의 순환을 분석의 단위로 삼았다. 한번의 토론에는 약 9 번에서 18 번의 분석단위가 존재하며, 각 분석단위는 2 명에서 6 명의 후보자가 발언하고 4 분에서 20 분 동안의 시간을 포함한다. 각 분석단위에 대해 12 개의 주제(경제, 정치, 통일, 외교, 국방/안보, 복지, 과학, 교육, 사회, 문화)로, 하위개념인 세부주제는 질문자의 질문의 내용을 참고하여 분류되었다. 총 12 번의 토론에 걸쳐 184 개의 분석단위를 찾을 수 있었다.

〈표 4〉 대통령 후보자 TV 토론 회차별 토론 형식

구분	토론유형										비고		
15대	사회자질문	순서	A	B	C	A					후보자 별로 다른 질문		
		내용	답변	반론	반론	보충발언							
		소요시간	1분30초	1분	1분	1분							
	상호토론	순서	A	B	C	A	B	C					
		내용	질문	답변	답변	반론	보충답변	보충답변					
		소요시간	1분	1분30초	1분30초	1분	1분	1분					
기조연설	후보자당 1분												
마무리발언	후보자당 2분												
16대	사회자질문	순서	A	B	C	A					후보자 별로 다른 질문		
		내용	답변	반론	반론	제반론							
		소요시간	1분30초	1분	1분	1분							
	상호토론	순서	A	B	C	A	B	C					
		내용	질문	답변	답변	반론	제반론	제반론					
		시간	1분	1분30초	1분30초	1분	1분	1분					
	양자토론	순서	A	B	A	B	B	A	B	A			
		내용	질문	답변	반론	반론	질문	답변	반론	반론			
		시간	1분	1분30초	1분	1분	1분	1분30초	1분	1분			
	기조연설	후보자당 1분											
마무리발언	후보자당 2분												
17대	사회자질문	순서	A	B	C	D	E	F			후보자 공통질문		
		내용	답변	답변	답변	답변	답변	답변					
		시간	1분30초	1분30초	1분30초	1분30초	1분30초	1분30초					
	상호토론	순서	A	B	C	D	E	F	A				
		내용	모두발언	반론	반론	반론	반론	반론	답변				
		시간	1분30초	1분	1분	1분	1분	1분	2분				
	UCC동영상질문	순서	A	B	C	D	E	F					
		내용	답변	답변	답변	답변	답변	답변					
		시간	1분30초	1분30초	1분30초	1분30초	1분30초	1분30초					
	기조연설	후보자당 1분 / 후보자당 2분											
마무리발언	후보자당 1분												
18대	사회자질문	순서	A	B	C						후보자 공통질문		
		내용	답변	답변	답변								
		시간	2분/1분30초	2분/1분30초	2분/1분30초								
	국민질문	순서	A	B	C						후보자 공통질문		
		내용	답변	답변	답변								
		시간	2분	2분	2분								
	상호토론	순서	A	B	B	A							
		내용	질문	답변	질문	답변							
		시간	1분	1분30초	1분	1분30초							
	자유토론	순서	A	B	B	A							
		내용	질문/답변			질문/답변							
		시간	각각 3분(10분)씩			각각 3분(10분)씩							
	기조연설	후보자당 2분											
	마무리발언	후보자당 1분											

토론의 형식은 선거 차수와 후보자 수에 따라 차이가 존재하나 다음과 같은 기준에 따라 5 가지 형태로 분류할 수 있었다.

- 1) 모든 후보자에게 같은 질문이 돌아가는 공통질문인지, 후보자들에게 각자 다른 질문이 돌아가는 형식인지
- 2) 질문에 준비된 내용만을 답하는 형식인지 후보자간 갑론을박이 가능한지
- 3) 후보자 발언 순서가 정해져 있는지 자유롭게 이야기할 수 있는지

‘공통질문’ 형식은 사회자 혹은 국민에 의해 제시된 공통된 질문에 모든 후보자들이 단 한번씩만 답변하는 형식으로 반론이 불가능 하다. 상호토론의 경우에는 후보자 간에 반박이 가능한 형태인데, 대신 발언의 순서와 시간이 엄격하게 제한되는 형태이다. ‘상호토론 1’의 경우에는 사회자가 질문을 제시하고 ‘상호토론 2’은 지정된 후보자가 돌아가면서 질문을 한다. ‘상호토론 3’ 형식 후보자가 질문을 하되, 지정된 두 후보자간에 양자토론이 이뤄지는 형태이기 때문에 따로 분류했다. 마지막 분류형태인 ‘자유토론’은 양자토론으로 진행되며 주어진 시간 내에 횟수나 순서에 상관없이 발언할 수 있는 형식이다.

발언자 수는 그 분석단위에서 발언하는 후보자의 수를, 총 시간은 그 분석단위에 공식적으로 할당된 시간을 넣었다. 토론진행의 미숙 등으로 인해서 발언해야할 사람이 발언하지 못한 경우, 그 사람에게 할당된 시간을 제외하고 코딩을 진행했다.

〈표 5〉 회차별 토론 형식 코딩 기준

구분	토론유형	처리유형
15 대	사회자질문	상호토론 1
	상호토론	상호토론 2
16 대	사회자질문	상호토론 1
	상호토론	상호토론 2
	양자토론	상호토론 3
17 대	사회자질문	공통질문
	상호토론	상호토론 2
18 대	사회자질문	공통질문
	UCC 동영상질문	공통질문
	상호토론	상호토론 3
	자유토론	자유토론

2. 사회연결망 분석 - 공출현 매트릭스 구성하기

사회과학이론은 개인 중심의 연구와 사회구조 중심의 연구로 이분되어 왔다. 기존의 사회과학이론이 인간의 개별적인 속성(attribute)에 주요한 관심을 두고 그것을 연구의 주제로 설정해왔다면, 최근 그 관심이 ‘인간 관계’로 옮겨감에 따라 우리는 기존의 연구와는 구별되는 새로운 연구 결과를 얻을 수 있게 되었다. 이러한 관점에서 발전하게 된 것이 사회 연결망 이론(social network theory)이다. 그리고 이러한 사회 연결망 이론을 근거로 하여 사회현상 및 인간행동을 분석하고 규명하고자 하는 연구방법이 사회 연결망 분석(social network analysis)이다.

사회 연결망 분석이 행위자, 혹은 사건 간의 연결망을 대상으로 한다면, 의미망 분석(semantic network analysis)은 말이나 글을 구성하는 단어들을 그 대상으로 한다. 사회 네트워크적 시각에서 내용분석은, 핵심 단어간의 의미론적 연관(semantic association)이다 (박한우 & Leydesdorff, 2004). Laykoff 와 마찬가지로 이들은 단어들이 특정한 형태로 결합될 때 특별한 의미가 발생한다고 보았으며, 따라서 두 단어가 동시에 발생하는 빈도(co-occurrence)는 사회 네트워크적 관점에서 매우 중요하다. 단어의 선택은 수사학적 힘을 동반하고 (Hart, 1997), 단어의 선점은 이슈의 선점과 연관되고 상이한 어휘의 선정은 토론에서 점점 형성에 방해요인으로 작용하기 때문이다 (박성희, 2009).

이에 따라 총 184 개의 분석단위에 따라 각각의 (형태소 분석이 완료된) 텍스트는 KrKwic 을 통해 빈도 분석과 공출현 분석을 진행했다. 컴퓨터를 이용한 내용분석은 대체로 영어권에 적합하게 제작되어 있는데 (박한우 & Leydesdorff, 2004), 이런 한계를 극복하고자 의미망 분석을 위해 영어권에서 개발된 FullText 소프트웨어를 한국어에 적합하도록 변형한 것이 KrKwic 이라는 프로그램이다. 현재 LIWC(Linguistic Inquiry and Word Count)를 변형한 K-LIWC 역시 사용되고 있지만, KrKwic 의 사용법과 접근성이 더 용이하여 이를 사용하였다. KrKwic 은 특정한 단어들이 다른 단어들과 함께 사용됨에 따라 메시지의 의미가 달라질 수 있음에 주목하였으며, 빈도(frequency), 공출현(co-occurrence) 매트릭스 등의 분석을 제공한다.

먼저 KrKwic 로 각 분석단위마다 (사회자 발언을 제외한) 모든 텍스트에 대한 빈도 분석을 통해 2 번 이상 언급되는 주요 명사를 골라냈다. 2 번 이상 언급된 주요 명사는 적어도 한 후보자가 2 번 언급할 만큼 강조하고 싶어하거나,

두 후보자가 각각 한 번 이상 언급했다고 해석할 수 있기 때문에 2 번 이상 언급된 명사를 기준으로 삼았다.

이후 KrTitle 을 사용하여 2 번 이상 언급된 주요 명사에 대해 각 후보자의 공출현 매트릭스를 도출해 냈다. 공출현 매트릭스는 단어들의 연결 및 연쇄로 중요한 이슈를 파악하고 맥락을 통해 숨겨진 의미를 도출해 낼 수 있다. 한 분석 단위에 3 명의 후보자가 포함되어 있으면, 총 3 개의 공출현 매트릭스가 도출된다. 한 분석단위에서 도출된 각각의 공출현 매트릭스는 열과 행이 모두 같은 변수로 이뤄진 1-mode 형태를 띠고 있다.

3. QAP (Quadratic Assignment Procedure)

도출된 공출현 매트릭스는 네트워크 분석 프로그램인 UCINET 을 이용해서 Quadratic Assignment Procedure (이하 QAP) 분석을 실시하였다. QAP 분석은 같은 변수를 가진 두개의 서로 다른 관계 사이에 시스템적인 연관이 있는지 확인하는 연구방법으로 (Hanneman & Riddle, 2005), 사회네트워크 분석에서는 매우 대중적으로 이용되고 있다 (Dekker et al. 2003). 기존의 회귀분석이나 상관관계 분석은 분석단위가 개별적인 관측값(individual observation)이지만, 우리가 다루는 데이터의 경우에는 관계를 나타내는 매트릭스가 그 분석단위가 되기 때문에 행렬 내에서 발생하는 상호의존성으로 인해 기존의 회귀분석이나 상관관계 분석을 사용할 수 없다 (Krackhardt, 1987). 네트워크 데이터는 따라서 기본적인 회귀가 아닌 QAP 분석을 사용하게 된다.

QAP 는 동일한 노드를 가진 두 네트워크의 변수가 서로 상관관계가 없다는 영가설을 테스트하기 위한 비모수적인(nonparamatic) 연구방법으로 (Krackhardt, 1988), 이항(dyadic) 데이터를 분석하는 데 적격이다. 네트워크로

구성된 데이터가 필연적으로 서로 독립적일 수 없기 때문에, QAP 는 모든 행과 열의 자료를 무작위로 배치(permutation)하여 두 네트워크 간에 도출될 수 있는 모든 가능한 상관계수를 도출함으로써 이를 극복한다. 무작위 배치를 통해 행/열간에 존재하는 상호의존성에 대한 테스트를 구축하는 것이다 (Krackhardt, 1988). 이렇게 영가설 하에서 무작위 배치를 통해 만들어진 상관계수 데이터를 통해 샘플 분포(sampling distribution)를 만들 수 있게되고, 만약 실제 데이터의 상관계수가 이 샘플 분포에서 양 끝에 위치한다면 두 네트워크가 같다는 영가설을 기각할 수 있게 된다 (Simpson, 2001). 다시 말하자면 두 매트릭스 간에 관측된 관계(observed correlation)가 무작위 배치를 통해 나타난 관계의 값과 다른지 반복적으로 확인하는 것이다.

QAP 는 다양한 행위자 혹은 속성들을 노드로 하여 이 노드 사이의 관계에 관련성을 연구하는데 널리 쓰이고 있다. 특히 경영학 분야에서 많이 사용됐다. Kilduff (1990)는 MBA 졸업생 사이의 친밀감 네트워크와 같은 직장내 인터뷰를 봤음을 나타내는 네트워크 사이에 강한 관계가 있음을 증명하였다. 또 Borgatti & Corss (2003)는 사람들간의 관계와 정보추구행위(information seeking)의 관계를 QAP 를 통해 파악했고, 근로자간의 관계가 조직의 평가에 어떤 영향을 미치는지 (Umphress et al., 2003), 부정적인 관계나 제 3 의 집단이 갈등관계에 어떠한 영향을 미치는지 (Labianca et al., 1998) 등 조직행위 연구자들 사이에서 널리 사용되었다. 또한 국가 사이의 관계 등에 대해서 다루는 연구자들이 주로 사용하고 있는 방식이다. 언론학 분야에서는 아젠다 세팅(agenda setting)에 사회 네트워크 분석을 결합시켜 언론의 아젠다가 연결된 방식(agenda network)이 뉴스 소비자가 아젠다를 연결시키는 방식에도 영향을 미친다는 제 3 세대 아젠다 세팅을 검증하는데 사용됐다 (Guo, 2012). 또 Danowski (2010) 은 온라인 공론장에서

(public discussion forums)에서 그들이 실제로 면대면 상호작용을 하고 있지는 않음에도 불구하고 발화자들의 단어사용 네트워크 (semantic network)가 매우 유사하다는 점을 발견해냈다.

이 논문에서 다루고 있는 단어간의 네트워크 역시 문장단위로 공출현 빈도를 계산한 것이 때문에, 특정한 단어 간에 상호의존성이 존재할 수 밖에 없다. 따라서 자기상관(autocorrelation)이 발생할 수 밖에 없다. 이를 다루기 위해서 QAP 는 적절한 방식이라고 하겠다. UCINET 은 기본적인 무작위 배치(permutation)을 5000 번으로 설정하고 있어서, 이를 따랐다. 각 분석단위는 발언자의 수에 따라 2 개에서 6 개의 네트워크를 가지게 되고, 따라서 각 분석단위에서 최소 2 번에서 15 번의 QAP 분석을 수행 할 수 있다. 이 과정을 통해 총 786 개의 QAP 상관관계 값을 도출해 낼 수 있었다.

본 연구에서는 QAP 를 통해 도출된 상관관계를 관여(engagement)의 정도라고 보았다. 위에서 살펴보았듯이 여러 단어의 조합을 유사하게 사용한다는 것은 같은 주제에 대해 접점을 형성하고 있는 것으로 해석할 수 있고, 이러한 접점은 토론에서 후보자가 서로를 충분히 공격하고 방어하고 있다는 점을 의미한다. 즉 상관관계의 값이 클 수록 관여의 정도가 높아지는 것으로 해석할 수 있고, 마이너스 값을 갖게 되면 그만큼 서로 접점을 형성하지 않고 각자 하고 싶은 이야기만 늘어놓는 것으로 평가할 수 있다.

제 3 절 자료 분석 방법

1. 변수 설명

가설 검증을 위해 종속변수 포함 총 14 개의 변수를 사용했다. ‘가장 유력한 두 후보자인 여부’는 더미변수로 이 분석에서 주요한 변수로 사용되는데, 대체로 양당구도로 치뤄지는 선거에서는 이 두 후보자 사이에 나타나는 효과가 가장 중요한 의미를 갖게 되기 때문이다. ‘두 후보자간의 지지율 차이’는 실제 선거 결과를 참고했는데, 여론조사의 경우 기관마다 결과가 상이했기 때문에 실제 선거 결과를 택했다. 이 변수는 양극화에 대한 척도를 나타내는데, 지지율의 차이가 작을수록 양극화가 심한 것을 가리킨다. ‘한 사람당 발언 시간’은 이 논문의 분석 단위에 주어지는 절대 시간을 그 분석 단위에 참여하는 발언자의 숫자로 나누어 계산하였다. ‘공통질문’과 ‘자유토론’, ‘경제’, ‘통일/안보’, ‘정치’, ‘복지/교육 등’은 더미변수로 처리하였다. ‘관여’는 QAP 분석에서 도출된 상관관계(correlation)를 사용했으며 이 분석에서 종속변수로 사용되었다.

〈표 5〉 변수 설명

변수이름	변수 내용
선거차수	15 대=1, 16 대=2, 17 대=3, 18 대=4
토론차수	1 차=1, 2 차=2, 3 차=3, 4 차=4
토론차수 2	15 대 1 차=1, 15 대 2 차=2...18 대 2 차=11, 18 대 3 차=12
가장 유력한 두 후보자인 여부	가장 유력한 두 후보자일 때=1, 그렇지 않을 때=0
두 후보자간 지지율 차이	실제 선거 득표율 차이
발언자 수	분석단위 내 총 발언자 수
한 사람당 발언시간	각 분석단위 내 한 사람에게 할당되는 시간
공통질문	공통질문형식=1, 이외=0
자유토론	자유토론형식=1, 이외=0
경제	경제주제=1, 이외=0
통일/안보	통일/안보주제=1, 이외=0
정치	정치주제=1, 이외=0
복지/교육 등	복지/교육/문화/환경/사회=1, 이외=0
관여(engagement)	후보자 간 공출현 매트릭스 QAP 상관관계 값

2. 혼합모형 (Multilevel Mixed-effects Linear Regression)

통계적 분석은 STATA 를 사용하였으며, Multilevel mixed-effects linear regression 을 사용하여 분석하였다. 같은 선거차수 내에서는 같은 후보자들간에 토론이 이뤄지고, 토론이 이뤄지는 환경 또한 비슷하기 때문에 각 선거차수마다 특정한 효과가 있을 수 있고, 마찬가지로 12 번의 토론은 각각 다른 환경에서 이뤄졌음을 감안할 때 무선효과(random effect)가 발생할 수 있다. 따라서 자료 내에 필연적으로 내재되어있는 무선효과를 고려하기 위해 표준적인 회귀 대신에 혼합모형을 사용했다. 4 번의 선거와 12 번의 토론에 따라 상관관계가 발생할 수 있기 때문에 이에 따른 임의효과를 통제할 수 있도록 모델을 설계하였다.²

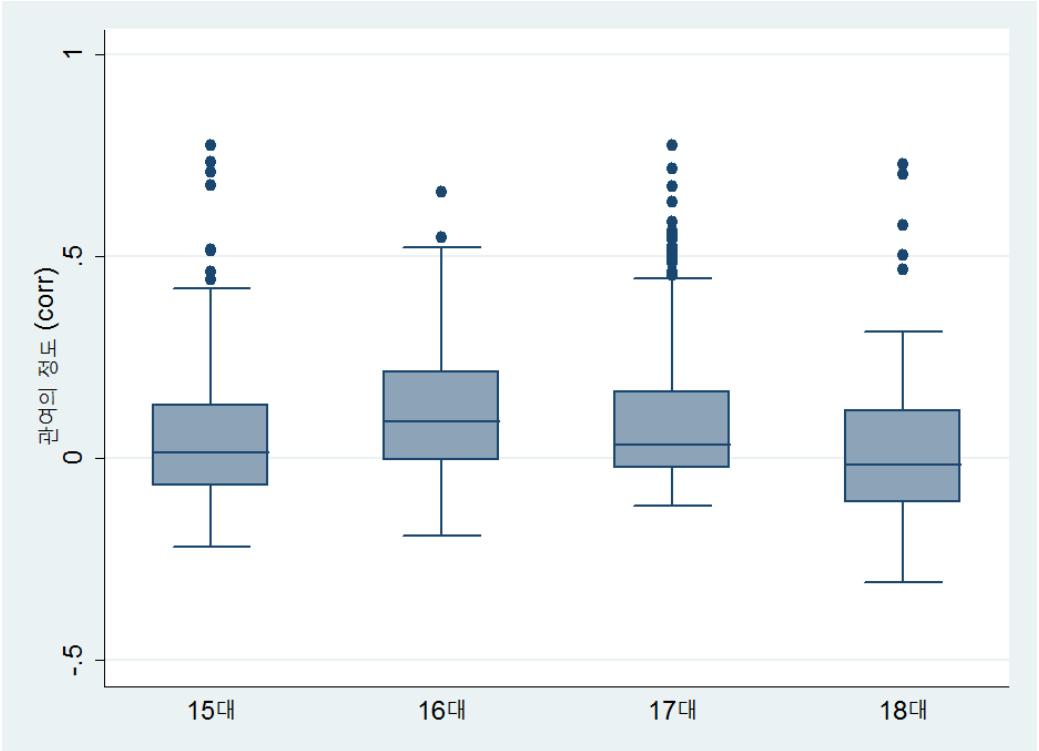
² xtmixed 관여의 정도 선거차수 토론차수 가장유력한두후보자여부
두후보자간지지율차이 두후보자간지지율차이 x 가장유력한두후보자여부 발언자수
발언자수 x 가장유력한두후보자여부 한사람당발언시간 공통질문 자유토론 경제
통일/안보 정치 경제 x 선거차수 통일/안보 x 선거차수 정치 x 선거차수 || 토론차수 2 :
|| 선거차수 :

제 5 장 연구 결과

제 1 절 자료 분석

1. 경향성

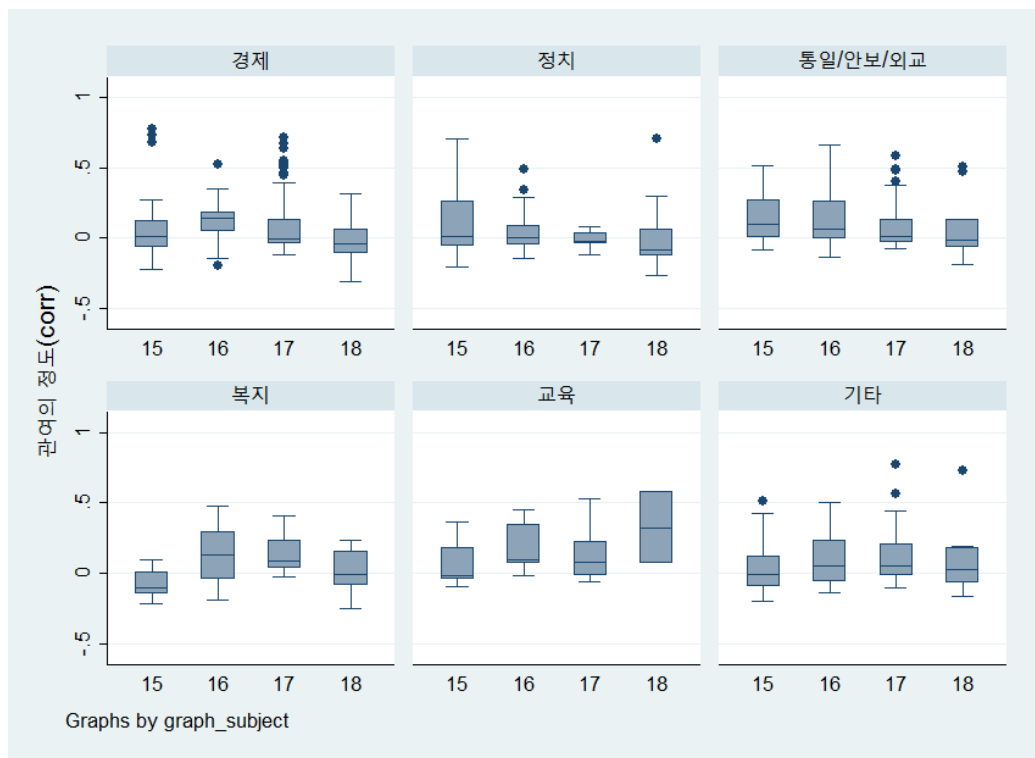
〈그래프 1〉 선거별 대통령 후보자 TV 토론에서 관여의 정도



총 787 개의 관여(engagement)의 값을 선거별로 구분해 그래프로 나타냈을 때, 전반적으로 근래에 올수록 관여의 정도가 줄어드는 경향이 있음을 확인할 수 있었다. 선거별로 토론에 참여하는 후보자수, 양극화정도 등이 다르기 때문에 이러한 경향성이 무엇에 귀인하는지는 정확히 추정할 수 없지만 토론이

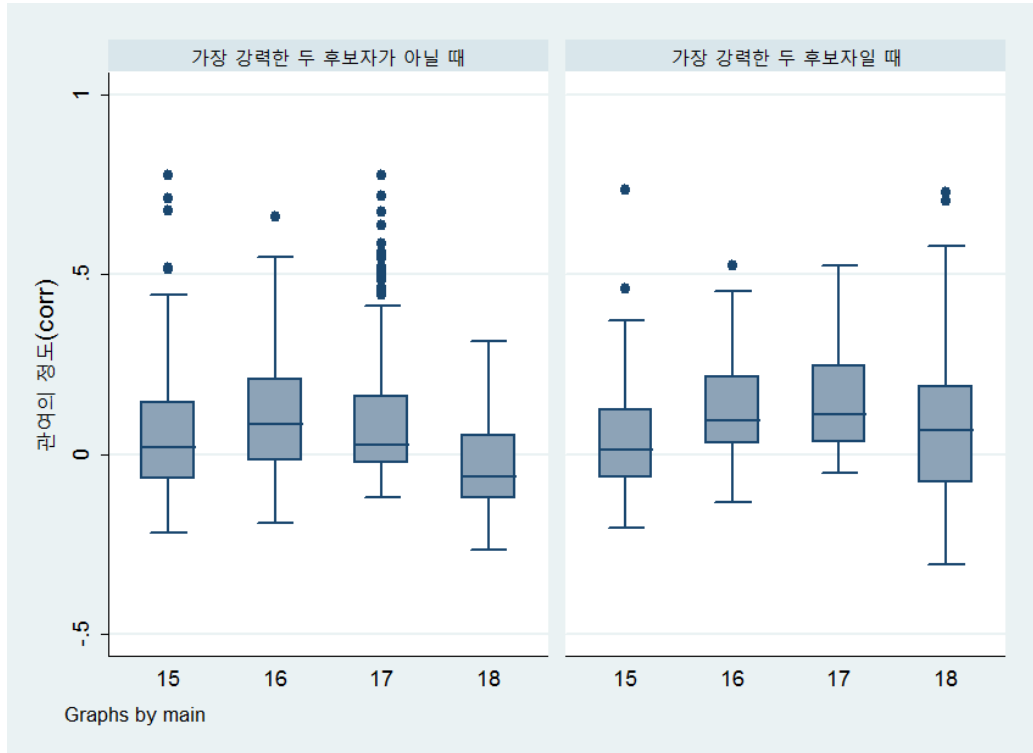
도입된지 10 년이 넘어가고 있음에도 불구하고 관여의 정도가 낮아지는 경향이 발견되는 것은 TV 토론이 긍정적인 방향으로 발전하지 못하고 있다는 것을 의미하기 때문에 주의해서 살펴볼 필요가 있다.

〈그래프 2〉 대통령 후보자 TV 토론에서 관여의 정도 - 이슈별



이런 경향을 주제별로 나누어 보면 더욱 흥미롭다. 전통적으로 중요한 이슈로 여겨지는 경제와 통일/안보/외교, 정치 이슈에서의 관여의 정도는 낮아지고 있는 반면, 점점 그 중요성이 늘어나고 있는 소프트 이슈(복지, 교육 등)에 대한 관여는 증가하고 있는 것으로 나타났다. 물론 이는 다른 변인을 통제하지 않고 보이는 결과이기 때문에 단정할 수는 없지만 주제별로 서로 다른 패턴이 나타난다는 것은 주목할만하다.

〈그래프 3〉 대통령 후보자 TV 토론에서 관여의 정도 - 후보자 조합별



또 당선가능성이 있는 가장 강력한 두 후보간에서 발생하는 관여의 정도와 그렇지 않은 후보자들과의 관계를 비교했을 때, 가장 강력한 두 후보자 사이에서는 시간이 흐를 수록 더 많은 관여가 발생하고 있는 것으로 보여지는 반면 그렇지 않은 후보자들 사이에서는 오히려 더 낮아지는 경향을 보이고 있는 것으로 나타났다. 이를 이후 통계 모델에 포함하여 다른 변인들을 통제하고 살펴보고려고 한다.

2. 단어사용빈도 유사성

위에서 논의했듯이, 같은 단어를 사용한다는 것은 접점(statis)을 형성해 토론에서 관여(engagement)를 발생시킨다는 것을 의미한다. 본 연구에서는 이런 단어 사용빈도가 주제(경제, 통일/안보/외교, 정치, 복지, 교육)와 후보자, 선거차수에 따라 어떤 경향성을 보이는지 확인하기 위해 Krkwic 을 사용해 가장 많이 쓰이는 명사를 이에 따라 정리했다. 해당 주제를 다루는 시간 등을 고려해서 3 회에서 5 회 이상 등장하는 주요 명사를 모두 정리하였다. 표에서 확인할 수 있듯이 제 3 후보자가 언급하는 단어들에 대해서 강력한 후보자들이 응답하지 않는 모습을 확인할 수 있다.

〈표 7〉 회차/이슈별 단어 빈도표

15 대						
정치						
김대중		이회창		이인제		
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	
1 정권	14	1 내각책임제	15	1 내각책임제	21	
2 내각책임제	10	2 책임	12	2 책임	18	
3 대통령	10	3 기능	10	3 국회	10	
4 민주주의	9	4 거국	6	4 공무원	8	
5 교체	8	5 경제	5	5 정치	8	
6 책임	8	6 수사	5	6 검찰	6	
7 선거	7	7 정치	5	7 경제	6	
8 정부	7			8 대통령	6	
9 거국	6			9 정당	6	
10 3 김	5			10 김종필	5	
11 야당	5					
12 정치	5					
13 헌법	5					
경제						
김대중		이회창		이인제		
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	
1 경제	21	1 경제	12	1 경제	15	
2 중소기업	18	2 재벌	11	2 중소기업	13	
3 정경유착	15	3 안정	11	3 사회	13	
4 기업	14	4 고용	11	4 금융실명제	12	
5 책임	14	5 정경유착	10	5 안정	10	
6 한나라당	12	6 책임	10	6 재벌	9	
7 국가	11	7 IMF	10	7 정경유착	9	
8 재벌	11	8 중소기업	9	8 3 김	9	
9 정부	11	9 사회	8	9 그린벨트	9	
10 대기업	9	10 금융	7	10 자금	9	
11 안정	8	11 정부	6	11 고용	8	
12 IMF	7	12 돈	6	12 돈	7	
13 노동자	7	13 3 김	6	13 노동자	7	
14 세계	7	14 청문회	5	14 실업	7	
15 청문회	7	15 경쟁력	5	15 한나라당	6	
16 개혁	6	16 고속철	5	16 대기업	6	
17 농촌	6	17 구제	5	17 농촌	6	

18	돈	6	18	김영삼	6
19	야당	6	19	책임	5
20	가격	5	20	내각책임제	5
21	교체	5	21	어음	5
22	금융실명제	5	22	예금	5
23	김영삼	5			
24	내각책임제	5			
25	미국	5			
26	정치	5			

통일/안보/외교

김대중			이회창			이인제		
빈출단어		빈도	빈출단어		빈도	빈출단어		빈도
1	북한	12	1	IMF	17	1	통일	13
2	IMF	10	2	통일	15	2	북한	11
3	남북합의서	8	3	각서	14	3	경제	10
4	미국	7	4	재협상	9	4	군	10
5	대통령	7	5	남북	8	5	안보	9
6	선거	6	6	대통령	8	6	(협상)조건	9
7	각서	5	7	병역	7	7	기업	9
8	협력	5	8	협약	7	8	외교	8
9	재협상	5	9	구제	6	9	대통령	7
10	APEC	4	10	금융	6	10	흡수	7
11	노태우	4	11	미국	6	11	협약	6
12	병역	4	12	정부	6	12	3김	5
			13	경제	5	13	IMF	5
			14	동북아	4	14	남북	5
			15	북한	4	15	독일	5
			16	안보	4	16	세계	4
			17	한반도	4	17	통상	4
			18	흡수	4			

복지

김대중			이회창			이인제		
빈출단어		빈도	빈출단어		빈도	빈출단어		빈도
1	IMF	9	1	일자리	9	1	예산	6
2	정부	3	2	IMF	7	2	복지	5
3	개발	3	3	재협상	5	3	삭감	5
4	경쟁력	3	4	구제	4	4	실업(자)	5
5	경제	2	5	금융	4	5	IMF	4
6	교육	2	6	정부	4	6	정부	4

7	복지	2	7	기금	3	7	장애인	3
8	실업(자)	2	8	구조	2	8	기업	2
9	임금	2	9	국제	2	9	비용	2
10	재협상	2	10	선진국	2	10	위기	2
11	해고	2	11	연금	2	11	재협상	2
12	일자리	2				12	책임	2
13	구제	2						

교육

김대중			이회창			이인제		
빈출단어	빈도		빈출단어	빈도		빈출단어	빈도	
1	과외	9	1	교육	6	1	폭력	6
2	폭력	7	2	병역	5	2	교육	5
3	대통령	4	3	과외	4	3	아들	5
4	병역	4	4	대통령	4	4	정부	5
5	청소년	4	5	사회	4	5	책임	5
6	학교	4	6	청소년	4	6	학원	5
7	학원	4	7	소집	3	7	대통령	4
8	사회	4	8	전쟁	3	8	위기	4
9	3김	3	9	정부	3	9	의무	4
10	교육	3				10	과외	3
11	김영삼	3				11	군대	3
12	위성	3				12	병역	3
13	전쟁	3				13	부모	3
14	정부	3				14	사회	3
						15	육군	3
						16	학교	3

16 대					
정치					
노무현		이회창		권영길	
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도
1 대통령	11	1 검찰	16	1 한나라당	26
2 사람	11	2 부정부패	15	2 부패	25
3 선거	11	3 권력	14	3 정치	19
4 재산	11	4 정당	13	4 민주당	17
5 민주당	10	5 정치	13	5 개혁	16
6 검찰	9	6 대통령	12	6 대통령	14
7 한나라당	9	7 사람	9	7 청산	14
8 부패	8	8 특검제	9	8 국회	13
9 범죄	7	9 단일화	7	9 정경유착	13
10 정당	7	10 부패	7	10 선거	10
11 정치	7	11 민주화	6	11 노동자	9
12 국회	6	12 정권	6	12 특검제	8
13 도청	6	13 정몽준	6	13 공직	7
14 특검제	6	14 지역	6	14 정당	7
15 지역주의	5	15 개혁	5	15 지역주의	6
16 개혁	4	16 구태	5	16 민주노동당	5
17 계파	4	17 지역주의	5	17 단일화	4
		18 한나라당	5	18 도청	4
		19 계파	4	19 민주화	4
				20 사람	4
				21 정몽준	4
경제					
노무현		이회창		권영길	
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도
1 재벌	32	1 재벌	25	1 개방	36
2 개방	20	2 개방	21	2 노동자	24
3 경제	16	3 경제	19	3 재벌	21
4 IMF	12	4 정부	16	4 한나라당	19
5 개혁	12	5 시장	15	5 기업	15
6 노동자	12	6 주택	14	6 민주당	15
7 벤처	12	7 서울	13	7 산업	14
8 자본	12	8 산업	12	8 자본	13
9 서울	11	9 농업	10	9 개혁	12
10 대우자동차	10	10 벤처	10	10 벤처	12
11 기업	9	11 IMF	8	11 대우자동차	11

12	시장	9	12	정경유착	8	12	경영	10
13	지방	9	13	대통령	7	13	김대중	10
14	행정	8	14	민주당	7	14	정경유착	10
15	대통령	8	15	자본	7	15	IMF	9
16	경영	6	16	개혁	6	16	부유세	9
17	노사	6	17	경영	6	17	비정규직	9
18	대기업	6	18	농가부채	6	18	시장	9
19	비정규직	6	19	행정	6	19	민주노동당	8
20	인력	6	20	지방	6	20	쌀	8
21	일자리	6	21	기업	5	21	은행	8
22	정경유착	6	22	노동자	5	22	정부	8
23	관치	5	23	부유세	5	23	투기	8
24	농민	5	24	비정규직	5	24	정리해고	7
25	농업	5	25	관치	5	25	주택	7
26	한나라당	5				26	농민	6
27	매각	5				27	농업	6
28	육성	5				28	빈부	6
						29	경제	5
						30	고용	5
						31	매각	5
						32	육성	5
						33	지방	5

통일/안보/외교

노무현			이회창			권영길		
빈출단어		빈도	빈출단어		빈도	빈출단어		빈도
1	지원	8	1	통일	13	1	북한	14
2	대화	7	2	북한	10	2	SOFA	9
3	미국	7	3	핵	10	3	미국	9
4	북미	7	4	미국	6	4	민주노동당	8
5	북한	7	5	지원	6	5	한나라당	7
6	압력	6	6	햇볕정책	5	6	개정	6
7	SOFA	5				7	여중생	5
8	성명	5				8	인권	5
9	자존심	5						
10	핵	5						

복지

노무현		이회창		권영길	
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도
1 (국민)연금	21	1 무상교육	10	1 의료	17

2	의료	14	2	보육	9	2	민주노동당	9
3	노인	13	3	교육	7	3	보육	9
4	예산	10	4	복지	7	4	무상	8
5	복지	7	5	서민층	5	5	한나라당	8
6	공공	6	6	정부	5	6	장애인	7
7	보육	6	7	(국민)연금	4	7	교육	6
8	한나라당	6	8	노인	4	8	보험	6
9	건강	4	9	무상	4	9	재원	6
10	경제	4	10	보험료	4	10	(국민)연금	5
11	무상	4	11	예산	4	11	건강	5
12	일자리	4	12	일자리	4	12	무상교육	5
			13	파탄	4	13	부유세	5
						14	복지	4
						15	서민층	4
						16	의약분업	4
						17	정부	4

교육

노무현		이회창		권영길	
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도
1 학교	18	1 대학	18	1 교육	24
2 교육	11	2 학교	18	2 대학	13
3 사립	10	3 6/7%	13	3 한나라당	11
4 6/7%	9	4 사립	13	4 민주노동당	7
5 지방대	9	5 고교평준화	8	5 입시	7
6 지방대	9	6 교육	8	6 무상교육	6
7 고교평준화	8	7 평준화	8	7 민주당	6
8 경쟁력	6	8 자립형사립고	7	8 재벌	6
9 교통	6	9 경쟁력	6	9 강남	5
10 대학	5	10 교통	6	10 경쟁	5
11 사교육비	5	11 사교육비	5	11 자립형사립고	5
12 입시	5			12 학교	5
13 자립형사립고	5				

17 대						
경제						
이명박		정동영		이회창		
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	
1 대통령	12	1 경제	29	1 경제	19	
2 기업	11	2 대통령	8	2 서민	10	
3 경제	8	3 일자리	8	3 비정규직	9	
4 비정규직	6	4 고통	7	4 재벌	9	
5 서민	5	5 신용	7	5 농업	6	
6 서울	5	6 경영	6	6 경영	5	
7 세계	5	7 중소기업	6	7 노무현	5	
8 투자	5	8 서민	5	8 성장	5	
9 CEO	4	9 정부	5			
10 노동자	4	10 한국	5			
11 노무현	4	11 기업	4			
12 운하	4	12 대기업	4			
		13 투자	4			
통일/안보/외교						
이명박		정동영		이회창		
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	
1 대한민국	13	1 외교	13	1 핵	25	
2 핵	13	2 공조	11	2 남북	11	
3 북한	9	3 대통령	11	3 미국	7	
4 6자회담	8	4 미국	11	4 북한	7	
5 평화	8	5 한미	10	5 대북	6	
6 남북	7	6 북미	9	6 역사	6	
7 검찰	6	7 핵	8	7 영토	5	
8 역사	6	8 신뢰	7	8 평화	5	
9 전쟁	6	9 검찰	6	9 한반도	5	
		10 대북	6			
		11 대한민국	6			
		12 남북	5			
		13 범죄자	5			
		14 북한	5			
		15 한반도	5			
복지						
이명박		정동영		이회창		
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	
1 노인	4	1 국민연금	6	1 연금	6	

2	국민연금	3	2	65 세	3	2	지급	5
3	소득	3	3	노인	3	3	건강	3
4	기초노령연금	2	4	노후	3	4	노인	3
5	무소득	2	5	불안	3	5	보험	2
6	보험료	2	6	노인복지	2	6	보험료	2
7	사각지대	2	7	복지	2	7	소득	2
8	서울	2	8	사각지대	2			
			9	연금	2			

교육

이명박		정동영		이회창	
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도
1 교육	18	1 대학	19	1 대학	11
2 대학	17	2 교육	15	2 교사	10
3 학교	13	3 자사고	14	3 교육	8
4 공교육	11	4 폐지	7	4 폐지	8
5 사교육비	9	5 고등학교	6	5 학교	8
6 학생	9	6 사교육비	6	6 공교육	5
7 수능	5	7 학생	6	7 여성	5
8 입시	5	8 경쟁력	5	8 경쟁	4
9 경쟁	4	9 공교육	5	9 고교등급제	4
10 고등학교	4	10 수능	5	10 입시	4
11 인성	4	11 여성	5	11 평등	4
12 인재	4	12 예산	5	12 평준화	4
13 평준화	4	13 입시	5	13 학생	4
		14 평준화	5	14 학원	4

18 대						
정치						
박근혜		문재인		이정희		
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈도
1 정치	15	1 정부	14	1 비리		17
2 대통령	11	2 정치	14	2 삼성(장학생)		10
3 비리	10	3 비리	9	3 대통령		9
4 개혁	8	4 대통령	8	4 비정규직		7
5 리더십	8	5 참여(정부)	8	5 돈		7
6 합의	7	6 재벌	6	6 재벌		7
7 감찰	5	7 정리해고.	6	7 국회		6
8 국회	5	8 국회	5	8 (강정마을)주민		6
9 권력	5	9 새누리당	5	9 서민		5
10 국민통합	4	10 정치검찰	5	10 여성		5
11 사퇴	4	11 투표	5	11 예산		5
12 민주통합당	4	12 (국민)통합	5	12 관료		4
13 상설	4	13 국정원	4	13 권력		4
		14 민주통합당	4	14 노동자		4
		15 상설	4	15 정치		4
		16 특검	4			
		17 감찰	4			
경제						
박근혜		문재인		이정희		
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈도
1 경제민주화	12	1 재벌	24	1 재벌		24
2 일자리	12	2 일자리	18	2 일자리		18
3 경제	10	3 정부	17	3 정부		17
4 비정규직	10	4 기업	12	4 기업		12
5 근로자	7	5 경제민주화	10	5 경제민주화		10
6 기업	7	6 민생	10	6 민생		10
7 대기업	7	7 새누리당	10	7 새누리당		10
8 정부	7	8 성장	9	8 성장		9
9 중산층	7	9 부자	8	9 부자		8
10 경기	6	10 비정규직	8	10 비정규직		8
11 사내하도급	6	11 이명박	7	11 이명박		7
12 순환출자	6	12 감세	6	12 감세		6
13 최저임금	5	13 경제	6	13 경제		6
14 재벌	4	14 정규직	6	14 정규직		6
15 부자	4	15 줄푸세	6	15 줄푸세		6

16	감세	4	16	고용	5	16	고용	5
17	고용	4	17	중소기업	5	17	중소기업	5
18	참여(정부)	4	18	참여(정부)	5	18	참여(정부)	5
19	중소기업	4	19	대기업	4	19	대기업	4
			20	중산층	4	20	중산층	4
			21	순환출자	4	21	순환출자	4

통일/안보/외교

박근혜		문재인		이정희	
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도	빈출단어	빈도
1 평화	11	1 북한	16	1 남북	14
2 북한	10	2 남북	15	2 10.4 선언	13
3 NLL	9	3 외교	12	3 정부	10
4 동북아	8	4 정부	12	4 FTA	9
5 정부	8	5 NLL	9	5 한미	9
6 균형	7	6 FTA	6	6 합의	9
7 한미	7	7 경제	6	7 북한	7
8 외교	7	8 이명박	6	8 룬스타	6
9 남북	6	9 중국	6	9 소송	6
10 신뢰	6	10 평화	6	10 일본	6
11 FTA	5	11 한미	6	11 ISD	5
12 재협상	5	12 공동	5	12 납품	5
13 투자	5	13 균형	5	13 규정	5
14 노무현	4	14 북핵	5	14 미국	5
15 대북	4	15 안보	5	15 7.4 성명	4
		16 중소기업	5	16 노무현	4
		17 결의안	4	17 동맹	4
		18 군사	4	18 주권	4
		19 도발	4	19 중소기업	4
		20 미국	4	20 투자(자)	4
		21 시장	4		
		22 장거리(미사일)	4		
		23 재협상	4		
		24 한일	4		
		25 참여(정부)	4		

복지

박근혜		문재인	
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도
1 보육	14	1 보육	17
2 재원	11	2 보험	14

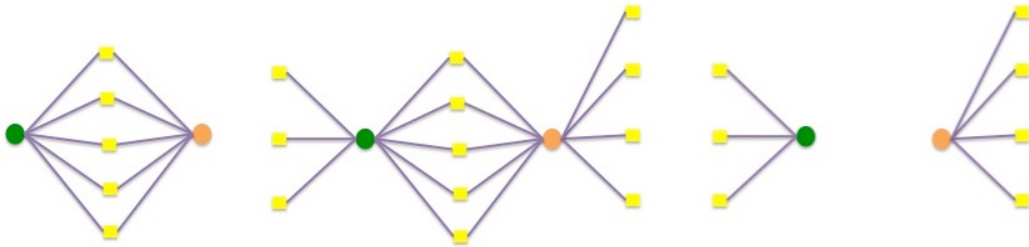
3	건강	9	3	어린이집	14
4	보험	9	4	국공립	12
5	복지	9	5	정부	12
6	(4대)중증	9	6	건강	11
7	무상	8	7	(4대)중증	8
8	연금	7	8	무상	8
9	기초	6	9	복지	8
10	재정	6	10	환자	8
11	조달	6	11	민간	7
12	보장	5	12	고령화	7
13	의료	5	13	보장	7
14	지원	5	14	재원	7
15	정부	5	15	저출산	7
16	아동	4	16	간병	6
17	의료비	4	17	아동	6
18	6인실	4	18	의료비	5
			19	6인실	5
			20	연금	4

교육

박근혜		문재인	
빈출단어	빈도	빈출단어	빈도
1 등록금	16	1 등록금	35
2 교육	13	2 반값	23
3 반값	13	3 대학	10
4 학생	11	4 정부	9
5 전교조	10	5 사학법	7
6 대학	9	6 선행학습	7
7 학교	7	7 장학금	7
8 정부	5	8 교육	6
9 특목고	5	9 전교조	6
10 영남대	4	10 고등학교	4
11 자사고	4	11 복지	4
12 폭등	4	12 외국어(고등학교)	4
		13 이명박	4
		14 입시	4
		15 참여(정부)	4
		16 학교	4
		17 학생	4

이러한 상황을 2-mode 네트워크로 나타내면 다음과 같다. 2-mode 분석은 행위자와 속성을 연결할 수 있기 때문에 이중적 속성을 동시에 다룰 수 있기 때문에 (서인석 & 하민지, 2011), 후보자 간 단어 사용의 차이를 파악하는데 매우 적합하다.

〈그림 1〉 2-mode 네트워크를 통한 관여(engagement) 개념 설명

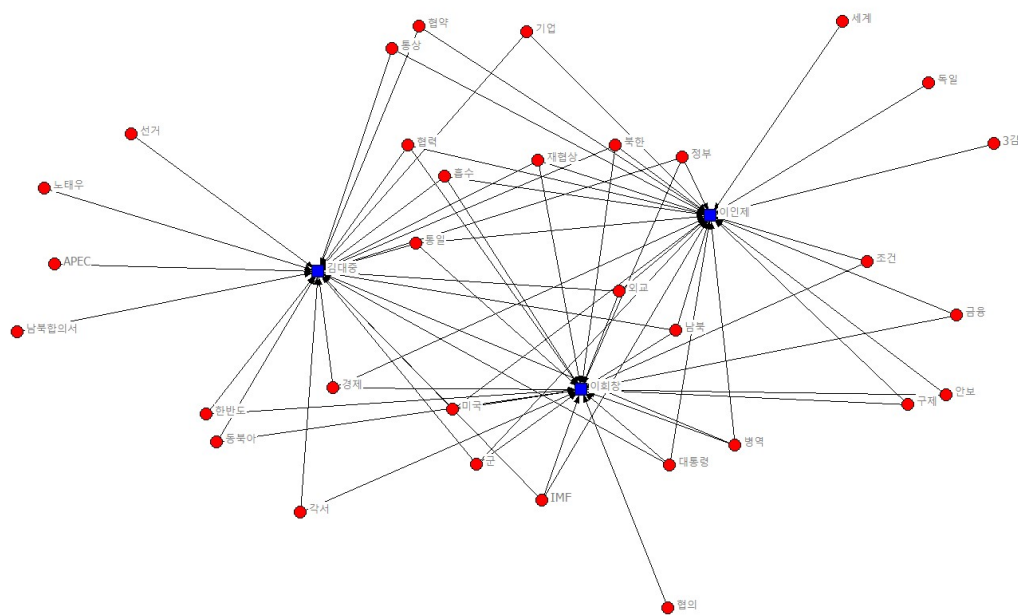


2-mode 를 그림으로 간단하게 표현하면 위와 같이 나타나는데, 노란색 네모난 노드를 후보자, 다른 네모를 단어로 봤을 때 두 후보자가 함께 사용한 단어는 가운데에, 한 후보자만 사용한 단어는 양 끝에 나타나게 된다. 따라서 가장 왼쪽에 위치한 그림은 완벽한 관여가 나타난 상태를 의미하고, 가장 오른쪽에 위치한 그림은 완벽한 비관여가 나타나고 있는 상황을 나타낸다고 할 수 있다.

15 대 통일/안보 관련한 단어사용 빈도를 MDS 를 통해 나타낸 위 네트워크 맵에서는 빨간색 노드는 단어를, 파란색 노드는 후보자를 가리킨다. 파란 노드가 가리키는 후보자가 빨간 노드의 단어를 언급하면 그 둘은 연결돼 있고, 그렇지 않으면 연결돼 있지 않다. 이에 따라 이를 해석하자면 이회창 후보자가 언급하는 단어는 김대중, 이인제 후보자에 의해 대부분 채택된 것을 알 수 있다. 반면 김대중 후보자가 언급한 선거, APEC, 노태우, 남북합의서와

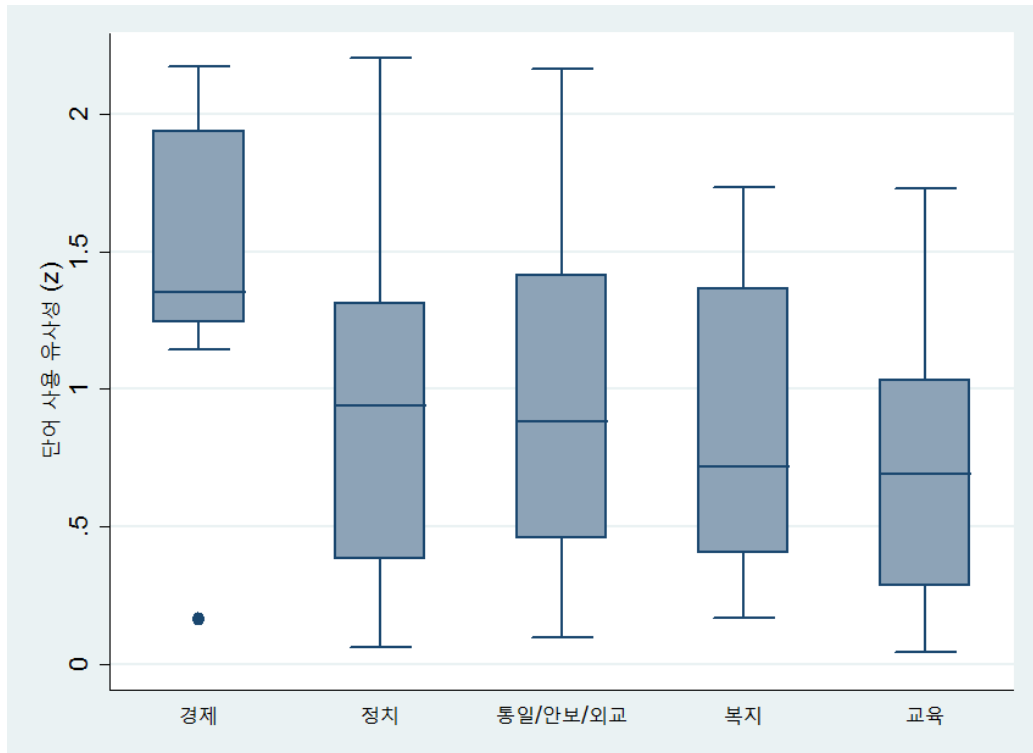
이인제 후보가 언급한 세계, 독일, 3 김 등은 다른 어떤 후보자로부터도 선택받지 못했다. 한 후보자는 해당 주제를 토론의 핵심으로 밀어넣으려고 노력했으나 다른 후보자로 부터 메아리가 없어 관여(engagement)가 발생하지 않은 것이다.

〈그림 2〉 15 대 통일/안보 관련 단어 공출현 2-mode 네트워크



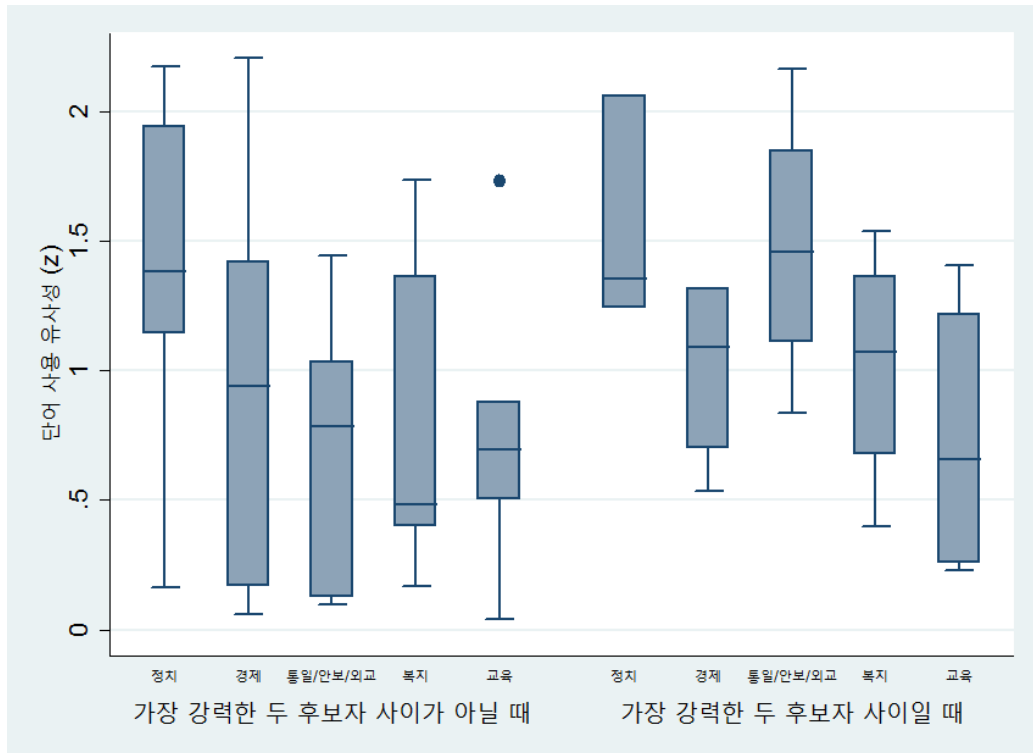
또한 단어사용의 유사성을 테스트하는 윌콕슨 사인드 테스트(Wilcoxon matched-pairs signed-ranks test)를 통해 얼마나 단어 사용 패턴이 유사한지 비교해보았다. 위에 제시된 각 후보자가 3 회에서 5 회 언급한 단어들을 다른 후보자가 얼마나 언급했는지 확인하여 테스트를 진행했다. 테스트를 진행하면 단어사용빈도가 얼마나 유사한지 가리키는 z 값이 도출되는데, z 값의 절대값이 작을수록 단어사용의 빈도가 유사하다고 해석할 수 있다. 이를 y 축으로 그래프를 그려 경향성을 확인하였다.

〈그래프 4〉 이슈별 단어 사용 유사성



전체적인 경향성으로 봤을 때, 다른 이슈보다 정치 이슈에서 단어 사용의 빈도가 가장 상이하게 나타났다. 이는 연구질문 3 에서 설정했던 대립이슈(position issue)인 정치 분야에서 관여가 가장 덜 발생한다는 것과 맥락을 같이한다. 또 가장 강력한 두 후보자 간의 단어사용빈도에서의 유사성보다 그렇지 않은 후보자 간의 단어사용빈도가 전반적으로 더 유사한 것을 볼 수 있다. 이는 유권자들의 주요한 평가 대상이 되는 주요한 두 후보자 간에 관여정도가 그렇지 않은 후보자와의 관계에서 발생하는 관여정도보다 낮다는 것을 의미한다. 따라서 유권자들이 원래 TV 토론에 기대했던 바를 얻지 못할 수 있다는 점을 시사한다.

〈그래프 5〉 이슈별 단어 사용 유사성 - 후보자 조합별



제 2 절 가설 검증

본격적인 가설 검증을 위해 QAP 상관관계값인 관여(engagement)를 종속변수로 하고, 12 번의 토론과 4 번의 선거차수를 임의효과로 통제하는 혼합모형을 사용해 다음과 같은 결과를 도출할 수 있었다.

연구질문 1

양극화가 토론에서 관여(engagement)의 정도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 가장 유력한 두 후보자 사이에서 효과가 발생하는지 확인했다. 양극화의 관여에 대한 영향은 0.05 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 이는 양극화가 심화될수록 -즉, 지지율의 차이가 작아질수록- 관여의 정도가 줄어든다는 것을 의미하여 가설을 확인했다. 이는 유권자가 팽팽하게 대립하고 있을수록 자신을 이미 지지하고 있는 유권자의 표를 확보하기 위한 전략을 사용한다고 해석할 수 있다. 그렇기 때문에 후보자간 관여가 상대적으로 낮게 발생하고, 유권자는 두 후보자간의 비교가 상대적으로 용이하지 않게 된다.

이는 다운즈(Downs, 1956)의 근접성 모델(proximity model)에서 설명하는 것과 마찬가지로 유권자가 쌍봉형태로 양극화되어 있을 때, 후보자들은 자신의 표를 확보하기 위해 서로의 입장을 비교하기 보다는 유권자들이 모여 있는 지점인 극단의 주장을 한다는 것과 맥을 같이 한다. 즉, 지지율의 차이가 작을수록 자신을 지지하는 유권자들을 결집시키기 위해 상대방과 관여하여 활발한 토론을 이루기보다는 더욱 자신의 이야기만 하는 경향이 있다는 것이 확인됐다.

〈표 8〉 대통령 후보자 TV 토론에서 관여 정도에 미치는 영향 분석

변수명	상관계수 (유의수준)	
통제변인		
선거차수	-0.0093 (0.697)	
토론 차수	0.0093 (0.692)	
양극화		
가장 유력한 두 후보 여부	0.1855 (0.018)	**
두 후보자간 지지율 차이	0.0213 (0.014)	**
두 후보자간 지지율 차이 × 가장 유력한 두 후보자 여부	0.0825 (0.037)	**
토론 형식		
발언자 수	0.0311 (0.017)	**
발언자 수 × 가장 유력한 두 후보 여부	-0.0612 (0.044)	**
한 사람당 발언 시간	0.0511 (0.003)	***
공통질문	0.0203 (0.237)	
자유토론	-0.0616 (0.354)	
토론 주제		

경제	0.6477 (0.206)	
통일/안보	1.3684 (0.007)	***
정치	0.8967 (0.042)	**
경제 × 선거 차수	-0.0394 (0.194)	
통일/안보 × 선거 차수	-0.0813 (0.008)	***
정치 × 선거 차수	-0.0573 (0.032)	**
상수	-0.0801 (0.84)	

***p<0.001, **p<0.05, *p<0.01

Log restricted-likelihood = 236.92248

Wald chi2(16) = 48.88, Prob > chi2 = 0.0000

***선거차수, 토론회차(12 회)로 임의효과 통제

두 후보자간 첨예하게 대립 할수록 더 관여가 덜 일어난다는 것은 작은 지지율 차이로 당락이 결정되는 선거에서 더욱 중요해지는 후보자간의 차이를 덜 드러내게 한다는 데 문제가 있다. 작은 차이로 당락이 결정되는 만큼 두 후보자를 바로 옆에 세워놓고 비교할 수 있는 유일한 기회인 토론이 유권자와 민주주의 시스템에 더욱 중요해진다. 그런데 오히려 관여의 정도가 떨어져 토론이 정보로서의 기능을 원활히 수행하지 못하는 것이 확인되었다. 물론 캠페인의 전략으로써 지지 기반 강화는 매우 당연한 일이나, TV 토론이라는 특수상황에서는 관여를 통한 더 습득하기 쉬운 정보를 제공해야할 필요가 있다는 점에서 개선될 필요가 있는 지점이다.

연구질문 2

한국에서 TV 토론에 관한 논의에서 가장 활발한 논의 중 하나인 토론의 형식은 관여의 정도에 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 판명됐다. 기존에 논문에서는 상호토론 보다 오히려 공통질문 형식을 취할 때 후보자 간의 관여가 더 많이 발생한다고 주장했으나 본 논문의 분석에서는 발견되지 않아 연구가설 2-1 은 기각되었다. 반면 토론에 참여하는 후보자가 많을수록 주요한 두 후보자 사이의 관여정도가 감소한다는 연구가설 2-2 는 확인되었다. 한 주제에 충분한 시간을 쏟을수록 관여가 더 많이 발생하는 것으로 나타나 연구가설 2-3 역시 증명되었다. 언뜻 생각하기에도 충분한 시간이 주어지지 않을 때에는 후보자들이 자신의 입장만을 밝히기에도 시간이 모자라 관여가 발생하기 어려울 것이다.

위의 결과에 따르면 TV 토론에서는 그 형식보다 한 후보자에게 확보된 시간의 길이가 중요하다. 한정된 짧은 시간동안 진행되는 토론에 참여하는

후보자의 수를 줄이거나 혹은 주제를 좁혀 한 주제에 할당하는 시간을 늘리는 것이 관여의 수준을 높일 수 있는 방법이 되겠다. 2 시간 정도의 시간에 광범위한 주제를 다루다보니 아무리 중요한 주제라고 하더라도 한 주제에 대해 후보자간 갑론을박을 할 시간은 적어지고 아무리 상호토론이나 자유토론의 형태를 띠고 있다고 하더라도 정견발표의 장처럼 변질될 수밖에 없는 것이다. 또한 18 대 대선 등에서 불거진 후보자 TV 토론에 당선가능성이 없지만 토론에 참여시켜야 하는가에 대한 첨예한 논의에 대한 답이 될 수 있다. 토론의 질을 높여 유권자들에게 필요한 정보를 제공하기 위해서는 제 3, 혹은 제 4 의 후보자를 참여시키지 않는 것이 더 바람직하다.

결과를 종합하면 TV 토론이 어떠한 형식을 취하고 있는지는 관계없이 한 주제 당 더 많은 시간을 할애하는 것이 필요하고, 당선 가능성이 있는 주요한 후보자만 초청하는 것이 토론에서의 관여를 높여 질을 향상시킬 수 있는 방안이 된다.

연구질문 3

연구질문 3 에 포함된 두 가지 가설 모두 확인되었다. 유권자들의 성향이 명확하게 갈리는 대립이슈(position issue)로의 지위를 잃은 경제 이슈에 대한 관여의 정도는 시간의 변화에 따른 추이가 유의미하게 나타나지 않았다. 반면 한국의 보수와 진보, 즉 이념갈등에 있어서 가장 주요한 이슈인 통일/안보는 시간이 갈수록 오히려 관여의 정도가 낮아지고 있음이 유의수준 0.001 에서 확인되었다. 정치이슈 역시 대립이슈로서 작용하며 관여의 정도가 근래에 올수록 더욱 낮아짐을 확인할 수 있었다.

이는 후보자들이 자신을 지지하는 유권자들의 표를 안전하게 확보하기 위해 유권자들의 분열을 그대로 토론에 있어서도 대입하여 이용하는 것이라고 해석할 수 있다. 유권자들이 강하게 대립하고 있는 이슈에 대해서는 상대 후보자와 관여를 통해 자신의 입장이 더 낫다는 사실을 확인시키기 보다는 대립하는 그대로의 상황을 이용하는 것이다. 연구문제 1 에서와 마찬가지로 설명이 가능할 것이며 특히 이슈의 성격별로 전략에 차이가 있다는 것을 연구문제 3 에서 확인할 수 있었다.

제 6 장 논의

TV 토론은 두 후보자를 동시성을 갖고 비교하도록 한다는 점에서 캠페인의 정수라고 할 수 있다. 특히 한국에는 근래에 들어서 TV 토론을 시청하는 것이 스포츠 경기를 보는 것 처럼 트위터 등 SNS 에서 중계를 하기도 하고, 패러디물을 만들어 유희거리로 삼는 등 하나의 문화로 자리잡았다. 이는 TV 토론이 갖는 요약적이고 유희적인 특징에 기인한다고 분석할 수 있는데, 유권자들이 어떤 형태로든 선거에 관심을 갖게 됐다는 점에서 긍정적이다. 하지만 만약 TV 토론의 내용이 유권자들이 후보자를 비교할만한 충분하고 편리한 정보를 제공하지 못한다면 이러한 긍정적인 현상의 효과는 반감될 것이다. 따라서 TV 토론이 발전할 수 있는 방향을 논의하는 것은 매우 중요한 일이라고 평가할 수 있다.

본 논문에서는 이러한 문제의식을 가지고 TV 토론을 평가할 기준인 관여(engagement)라는 개념을 도입하여, 어떤 조건 하에서 관여의 수준이 높아지는지 검증하였다. 토론의 형식 등 관여의 수준에 영향을 미치는 조건을 확인하기 이전에 유권자의 분포에 따라 토론의 관여가 어떤 방식으로 변화하는지 확인하였다. 유권자가 양극화될수록 토론의 관여는 감소하였고, 유권자의 입장이 확연하게 나뉘는 대립이슈(position issue)일수록 토론의 관여가 감소한다는 사실을 확인하였다. 관여의 조건의 검증에서는 토론의 형식보다는 토론에 주어지는 시간, 토론자의 숫자 등이 관여의 정도에 큰 영향을 미친다는 사실을 밝혔다. 특히 제 3, 혹은 제 4의 후보자 없이 당선 가능성이

높은 두 후보자 사이에서 이뤄지는 토론의 형태에서 가장 관여 수준이 높게 나타난다는 점은 굉장히 흥미로웠다.

이번 연구에 따르면 후보자 TV 토론은 양자구도로 이뤄지는 것이 바람직하며, 최대한 주제를 좁혀서 한 주제에 대해 많은 시간을 할애하는 것이 더 나은 수준의 토론을 이끌어 내기 위한 조건이 될 것이다. 분석 대상이 대선이었기 때문에 광범위한 주제를 다룰 수 밖에 없는데 다루는 이슈의 범위가 좁은 더 낮은 레벨의 선거와의 비교를 통해 이 주장을 공고히 할 수 있을 것이다. 또한 양자구도를 확보하기 위해서는 토론에 참여하는 후보자의 범위를 정하는 법을 강화할 필요가 있으며, 다양성을 확보하고 새로운 아이디어를 공유하기 위해서 군소 후보자간의 토론을 더 활발하게 도입하는 것도 대안이 될 수 있을 것이다.

또한 양극화된 유권자나 첨예한 이슈대립 등은 토론의 관여 수준을 끌어내릴 수 있는데, 이를 해결하는 것은 유권자가 되기 보다는 후보자 스스로가 되어야 할 것이다. 지나친 양극화나 이슈/이념 대립은 사회의 분열을 가져오는데, 이러한 분열을 이용하기 위해 상대 후보자와 관여하지 않고 극단적인 입장을 고수하는 것은 바람직한 위정자의 태도가 아니기 때문이다. 유권자의 분열에 또다시 분열된 의견을 더하게 되면 더이상은 바람직하지 않은 양극화를 부추기는 꼴 밖에 되지 않는다.

한국의 TV 토론 역사가 길지 않기 때문에 자료의 양에 한계가 있었다는 점, 또 한국어 형태소 처리가 상대적으로 어려움으로 인해서 미처 고려하지 못한 부분이 있을 수도 있다는 점에서 아쉬움이 남는다. 하지만 한국의 TV 토론 연구에 있어서 새로운 기준을 제시했다는 점, 네트워크 분석을 통해 주로 이뤄지는 설명적인(descriptive) 연구를 넘어서 실증적인 연구를 시도했다는

점에서 이 연구의 의의를 찾고자 한다. 앞으로 QAP, 2-mode 분석 등을 발전시키는 등의 방식을 통해서 좀 더 엄밀한 분석을 시도해보고자 한다.

참고문헌

Abramowitz, A. I. and K. L. Saunders (2008). "Is polarization a myth?" *The Journal of Politics* 70(02): 542–555.

Ansolabehere, S. and S. Iyengar (1994). "Riding the wave and claiming ownership over issues: The joint effects of advertising and news coverage in campaigns." *Public Opinion Quarterly* 58(3): 335–357.

Benoit, W. L. (2010). "The Third Agenda in US Presidential Debates: Debate Watch and Viewer Reactions, 1996–2004 by Diana B. Carlin, Kelly M. McDonald, Tammy Vigil, and Susan Buehler." *Political Science Quarterly* 125(1): 156–158.

Benoit, W. L. and L. M. Brazeal (2002). "A Functional Analysis of the 1988 Bush–Dukakis Presidential Debates." *Argumentation and Advocacy* 38(4): 219–233.

Benoit, W. L., et al. (2003). "A meta-analysis of the effects of viewing US presidential debates." *Communication Monographs* 70(4): 335–350.

Benoit, W. L. and A. Harthcock (1999). "Functions of the great debates: Acclaims, attacks, and defenses in the 1960 presidential debates."

Benoit, W. L., et al. (2001). "Beyond learning and persona: Extending the scope of presidential debate effects." *Communication Monographs* 68(3): 259–273.

Beom, K. (2010). "Persuasive Strategies of a Three-time Presidential Candidate, Lee Hoi-Chang, in 1997, 2002, 2007 Korean Presidential Debates." *스피치와 커뮤니케이션*(14): 33–63.

Berelson, B. R. (1954). *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*, University of Chicago Press.

Bitzer, L. F. and T. Rueter (1980). *Carter vs. Ford: The counterfeit debates of 1976*, University of Wisconsin Press Madison.

Borgatti, S. P. and R. Cross (2003). "A relational view of information seeking and learning in social networks." *Management science* 49(4): 432–445.

Brady, D. W. and H. C. Han (2006). "Polarization then and now: A historical perspective." *Red and Blue Nation* 1: 119–151.

Campbell, A. (1980). *The american voter*, University of Chicago Press.

Carlin, D. B., et al. (2001). "The influence of format and questions on candidates' strategic argument choices in the 2000 presidential debates." *American Behavioral Scientist* 44(12): 2196–2218.

Carlin, D. P. (1991). "The Effects of Presidential Debate Formats on Clash: A Comparative Analysis." *Argumentation and Advocacy* 27(3): 126–136.

Damore, D. F. (2004). "The dynamics of issue ownership in presidential campaigns." *Political Research Quarterly* 57(3): 391–397.

Danowski, J. A. (2010). Identifying networks of semantically-similar individuals from public discussion forums. *Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*, 2010 International Conference on, IEEE.

Davis, M. H. (1982). "Voting Intentions and the 1980 Carter–Reagan Debate1." *Journal of Applied Social Psychology* 12(6): 481–492.

Dekker, D., et al. (2003). Multicollinearity robust QAP for multiple regression. 1st Annual Conference of the North American Association for Computational Social and Organizational Science.

Doerfel, M. L. and P. S. Marsh (2003). "Candidate–issue positioning in the context of presidential debates." *Journal of Applied Communication Research* 31(3): 212–237.

Downs, A. (1957). "An economic theory of democracy."

Fiorina, M. P., et al. (2008). "Polarization in the American public: Misconceptions and misreadings." *The Journal of Politics* 70(02): 556–560.

Fiorina, M. P. and M. S. Levendusky (2006). "Disconnected: The political class versus the people." *Red and Blue Nation* 1: 49–71.

Freeley, A. and D. Steinberg (2013). *Argumentation and debate*, Cengage Learning.

Geer, J. G. (1988). "The effects of presidential debates on the electorate's preferences for candidates." *American Politics Research* 16(4): 486–501.

Group, T. R. (2002). "WHITE PAPER ON TELEVISED POLITICAL CAMPAIGN DEBATES." *Argumentation & Advocacy* 3(4): 199.

Guo, L. (2012). "The application of social network analysis in agenda setting research: A methodological exploration." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56(4): 616–631.

Habermas, J. (1962). "The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society." MIT Press.

Hahn, K. S., et al. (2012). "The Dualities of Social Network Sites." 한국언론학회 학술대회 발표논문집: 209–209.

Hanneman, R. A. and M. Riddle (2005). Introduction to social network methods, University of California Riverside.

Hardin, G. (1968). "The tragedy of the commons." science 162(3859): 1243–1248.

Hart, R. P. and S. M. Daughton (1997). Modern rhetorical criticism, Allyn and Bacon Boston.

Hart, R. P. and S. E. Jarvis (1997). "Political Debate Forms, Styles, and Media." American Behavioral Scientist 40(8): 1095–1122.

Holbert, R., et al. (2002). "The role of debate viewing in establishing “enlightened preference” in the 2000 presidential election." Seoul, Korea: ICA.

Holian, D. B. (2004). "He's stealing my issues! Clinton's crime rhetoric and the dynamics of issue ownership." Political Behavior 26(2): 95–124.

Iyengar, S. and D. R. Kinder (2010). *News that matters: Television and American opinion*, University of Chicago Press.

Jackson-Beeck, M. and R. G. Meadow (1979). "Content Analysis of Televised Communication Events The Presidential Debates." *Communication Research* 6(3): 321–344.

Jamieson, K. H. and D. S. Birdsell (1988). *Presidential debates: The challenge of creating an informed electorate*, Oxford University Press New York.

Katz, E. and J. J. Feldman (1962). "The debates in the light of research: A survey of surveys." *The great debates*: 173–223.

Kelly, L. R. (1962). "The speaking of J. William Fulbright." *Southern Journal of Communication* 27(3): 232–238.

Kelly, M. (1983). "The media view of the 1979 european election campaign."

Kilduff, M. (1990). "The interpersonal structure of decision making: A social comparison approach to organizational choice." *Organizational behavior and human decision processes* 47(2): 270–288.

Krackhardt, D. (1987). "QAP partialling as a test of spuriousness." *Social networks* 9(2): 171–186.

Krackhardt, D. (1988). "Predicting with networks: Nonparametric multiple regression analysis of dyadic data." *Social networks* 10(4): 359–381.

Labianca, G., et al. (1998). "Social networks and perceptions of intergroup conflict: The role of negative relationships and third parties." *Academy of Management journal* 41(1): 55–67.

Lang, G. E. (1987). "Still seeking answers." *Critical Studies in Mass Communication* 4(2): 211–214.

Lanoue, D. J. (1991). "The" turning point" Viewers' reactions to the second 1988 Presidential debate." *American Politics Research* 19(1): 80–95.

Lanoue, D. J. and P. R. Schrott (1989). "Voters' reactions to televised presidential debates: measurement of the source and magnitude of opinion change." *Political Psychology*: 275–285.

Lanoue, D. J. and P. R. Schrott (1991). *The joint press conference: The history, impact, and prospects of American presidential debates*, Greenwood Press New York.

Lemert, J. B. (1991). *News verdicts, the debates, and presidential campaigns*, Praeger Publishers.

Lemert, J. B. (1993). "Do televised presidential debates help inform voters?".

Lim, E. T. (2002). "Five trends in presidential rhetoric: An analysis of rhetoric from George Washington to Bill Clinton." *Presidential Studies Quarterly* 32(2): 328–348.

Morris, E. R. (2004). *A clash strategy analysis of contemporary general election presidential debates*, University of Kansas, Communication Studies.

Mutz, D. C. (1992). "Mass media and the depoliticization of personal experience." *American journal of political science*: 483–508.

Petrocik, J. R. (1996). "Issue ownership in presidential elections, with a 1980 case study." *American journal of political science*: 825–850.

Petrocik, J. R., et al. (2003). "Issue ownership and presidential campaigning, 1952–2000." *Political Science Quarterly* 118(4): 599–626.

Pfau, M. (1988). "Intra-party political debates and issue learning." *Journal of Applied Communication Research* 16(2): 99–112.

Poole, K. T. and H. Rosenthal (1984). "The polarization of American politics." *The Journal of Politics* 46(04): 1061–1079.

Poole, K. T. and H. Rosenthal (1997). *Congress: A political-economic history of roll call voting*, Oxford University Press.

Ritter, K. and S. A. Hellweg (1986). "Televised Presidential Primary Debates: A New National Forum for Political Debating." *Journal of the American Forensic Association* 23(1): 1–14.

Simon, A. F. (2002). *The winning message: Candidate behavior, campaign discourse, and democracy*, Cambridge University Press.

Simpson, W. (2001). The quadratic assignment procedure (QAP). North American Stata Users' Group Meetings 2001, Stata Users Group.

Stokes, D. E. (1963). "Spatial models of party competition." *The American Political Science Review*: 368–377.

Sunstein, C. R. (2002). "The law of group polarization." *Journal of political philosophy* 10(2): 175–195.

Trent, J. S. and R. V. Friedenberg (2008). Political campaign communication: Principles and practices, Rowman & Littlefield.

Tsfati, Y. (2003). "Debating the Debate The Impact of Exposure to Debate News Coverage and Its Interaction with Exposure to the Actual Debate." *The International Journal of Press/Politics* 8(3): 70–86.

Umphress, E. E., et al. (2003). "The role of instrumental and expressive social ties in employees' perceptions of organizational justice." *Organization science* 14(6): 738–753.

Wald, K. D. and M. B. Lupfer (1978). "The presidential debate as a civics lesson." *Public Opinion Quarterly* 42(3): 342–353.

ZHU, J. H., et al. (1994). "Do televised debates affect image perception more than issue knowledge? A study of the first 1992 presidential debate." *Human Communication Research* 20(3): 302–333.

강원택 (2005). "한국의 이념 갈등과 진보 · 보수의 경계." *한국정당학회보* 4(2): 193–217.

강원택 (2010). *한국 선거 정치 의 변화 와 지속: 이념, 이슈, 캠페인 과 투표 참여, 나남.*

김관규 (2008). "제 17 대 대통령선거 후보자 TV 토론 내용 평가." 사회과학연구 14(2): 145-171.

김관규, 박연진 (2007). "TV 토론에서의 후보 지지도와 토론 포맷에 따른 설득 전략의 차이." 한국방송학보 21(3): 47-87.

김관규, 김춘식. (2008). "2007 년(제 17 대) 대통령선거 TV 토론의 설득적 전략 분석." 언론과학연구 8(2): 51-83.

김연중 (2009). "제 18 대 국회의원선거 TV 방송토론의 형식과 내용." 스피치와 커뮤니케이션(11): 254-292.

김춘식, et al. (2008). "2007 년 대통령선거 텔레비전 토론에 나타난 후보자의 캠페인 수사 분석." 방송통신연구: 131-159.

대통령선거방송토론위원회 (1998). 대통령선거방송토론위원회보고서: 제 15 대대통령선거, 대통령선거방송토론위원회.

대통령선거방송토론위원회 (2003). 대통령 선거 방송 토론 위원회 보고서: 제 16 대, 대통령 선거 방송 토론 위원회.

박경미, et al. (2012). "한국사회 이념갈등의 구성적 특성." 한국정당학회보 11(3): 127-154.

박상호 (2013). "특집: 박근혜 정부의 정책과 한국사회의 전망; 제 18 대 대통령선거 후보자 TV 토론의 문제점 및 제도적 개선 방향." 민주사회와 정책연구 24(단일호): 104-136.

박성희 (2009). "제 17 대 대통령 후보 합동 토론 언어네트워크 분석-북한 관련 이슈를 중심으로." 한국언론정보학보 45: 220-254.

박영석 (2008). 선거 와 TV 토론, 커뮤니케이션박스.

박한우, L. Leydesdorff (2004). "한국어의 내용분석을 위한 KrKwic 프로그램의 이해와 적용." Journal of the Korean Data Analysis Society 6(5): 1377-1387.

범기수 (2010). "1997 년, 2002 년, 2007 년 대통령선거 후보자 방송토론에서 이회창 후보의 설득전략." 스피치와 커뮤니케이션 14(단일호): 33-63.

송종길 (2004). "2002 년 대통령후보 텔레비전 토론에서 나타난 수사학적 토론전략 연구." 한국언론학보 48(2): 108-137.

송종길 , 박상호 (2006). "대통령후보 TV 토론의 법적· 제도적 쟁점 및 개선방안 연구." 방송문화연구 18(2): 37-64.

송진미 , 박원호 (2014). "이슈선점과 정당일체감." 한국정당학회보 13(1): 5-31.

이관열 (1997). "미디어크라시 시대 TV 토론의 역할과 과제." 사회과학연구 36: 87-112.

이내영 (2011). "한국사회 이념갈등의 원인." 한국정당학회보 10(2): 251-287.

이성우 (2011). "한국 정치의 양극화와 당파적 배열." 민주주의와 인권 11(3): 109-138.

이준웅 (2011). "말과 권력 : 레토릭에서 의사소통 민주주의로.", 한길사.

이창길 (2010). "일반논문: 정권 초기의 가치지향과 정책우선순위: 참여정부와 이명박정부의 언어네트워크 비교분석." 한국행정학보 44(3): 165-189.

전영란 (2007). "서울시장선거 TV 토론에 나타난 후보자의 수사에 관한 분석." 한국언론학회 학술대회 발표논문집: 131-138.

차재영, 이창현 (2009). "17 대 대통령선거와 방송의 공정성." 사회과학연구 20(1): 189-205.

한관수, 장윤수 (2012). "한국의 보수와 진보의 대북관에 대한 연구." 한국정치학회보 46(1): 63-88.

양성희. 2012.12.17, 「대선 최종 토론회 “양자대결로 정책 선명”」, 한국기자협회보.